




3 1761 11650353 3





Digitized by the Internet Archive  
in 2023 with funding from  
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761116503533>











A1  
C19  
T83

2



Second Session  
Thirty-seventh Parliament, 2002-03

Deuxième session de la  
trente-septième législature, 2002-2003

## SENATE OF CANADA

## SÉNAT DU CANADA

*Proceedings of the Standing  
Senate Committee on*

*Délibérations du Comité  
sénatorial permanent des*

# Transport and Communications

# Transports et des communications

*Chair:*  
The Honourable JOAN FRASER

*Présidente:*  
L'honorable JOAN FRASER

Tuesday, May 27, 2003  
Thursday, May 29, 2003  
Tuesday, June 3, 2003

Le mardi 27 mai 2003  
Le jeudi 29 mai 2003  
Le mardi 3 juin 2003

Issue No. 10

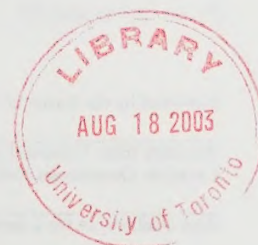
Fascicule n°10

**Eighth, ninth and tenth meetings on:**  
The current state of Canadian media industries

**Huitième, neuvième et dixième réunions concernant:**  
L'état actuel des industries de médias canadiennes

**WITNESSES:**  
(See back cover)

**TÉMOINS**  
(Voir à l'endos)





THE STANDING SENATE COMMITTEE ON  
TRANSPORT AND COMMUNICATIONS

The Honourable Joan Fraser, *Chair*

The Honourable Leonard J. Gustafson, *Deputy Chair*  
and

The Honourable Senators:

Adams	* Lynch-Staunton
* Carstairs, P.C.	(or Kinsella)
(or Robichaud, P.C.)	Merchant
Day	Oliver
Eyton	Phalen
Graham, P.C.	Ringuette
LaPierre	Spivak

\*Ex Officio Members

(Quorum 4)

*Changes in membership of the committee:*

Pursuant to rule 85(4), membership of the committee was amended as follows:

The name of the Honourable Senator Oliver substituted for that of the Honourable Senator Forrestall (*May 27, 2003*).

LE COMITÉ SÉNATORIAL PERMANENT DES  
TRANSPORTS ET DES COMMUNICATIONS

*Présidente:* L'honorable Joan Fraser

*Vice-président:* L'honorable Leonard J. Gustafson  
et

Les honorables sénateurs:

Adams	* Lynch-Staunton
* Carstairs, c.p.	(ou Kinsella)
(ou Robichaud, c.p.)	Merchant
Day	Oliver
Eyton	Phalen
Graham, c.p.	Ringuette
LaPierre	Spivak

\* Membres d'office

(Quorum 4)

*Modifications de la composition du comité:*

Conformément à l'article 85(4) du Règlement, la liste des membres du comité est modifiée, ainsi qu'il suit:

Le nom de l'honorable sénateur Oliver substitué à celui de l'honorable sénateur Forrestall (*le 27 mai 2003*).



**MINUTES OF PROCEEDINGS**

OTTAWA, Tuesday, May 27, 2003  
(21)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 9:34 a.m., in room 257, East Block, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

*Members of the committee present:* The Honourable Senators Adams, Eyton, Fraser, Graham, P.C., LaPierre, Merchant, and Phalen (7).

*In attendance:* Terrence Thomas and Joseph P. Dion, Research Officers, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament.

*Also in attendance:* The official reporters of the Senate.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Wednesday, March 19, 2003, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (*For complete text of Order of Reference, see proceedings of the Committee, Issue No. 6, dated March 20, 2003.*)

**WITNESSES:**

*As an individual:*

Donna Logan, Director, School of Journalism, University of British Columbia.

*From The Fraser Institute:*

Patrick Luciani, Senior Fellow;

Neil Seeman, Senior Policy Analyst, and Director, Canadian Statistical Assessment Service.

Ms. Logan made a statement and answered questions.

Mr. Seeman made a statement and, with Mr. Luciani, answered questions.

At 11:20 a.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

**ATTEST:**

---

OTTAWA, Thursday, May 29, 2003  
(22)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 10:57 a.m., in room 160-S, Centre Block, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

*Members of the committee present:* The Honourable Senators Adams, Fraser, Graham, P.C., LaPierre, Merchant, Phalen, and Spivak (7).

**PROCÈS-VERBAUX**

OTTAWA, le mardi 27 mai 2003  
(21)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 9 h 34 dans la pièce 257 de l'édifice de l'Est, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

*Membres du comité présents:* Les honorables sénateurs Adams, Eyton, Fraser, Graham, c.p., LaPierre, Merchant et Phalen (7).

*Sont présents:* Terrence Thomas et Joseph P. Dion, attachés de recherche, Direction de la recherche de la Bibliothèque du Parlement.

*Sont également présents:* Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mercredi 19 mars 2003, le comité poursuit l'examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*Le texte intégral de l'ordre de renvoi figure dans le fascicule n° 6 des délibérations du comité du 20 mars 2003.*)

**TÉMOINS:**

*À titre personnel:*

Donna Logan, directrice, École du journalisme, Université de la Colombie-Britannique.

*Du l'Institut Fraser:*

Patrick Luciani, associé principal;

Neil Seeman, analyste principal de la politique et directeur, Canadian Statistical Assessment Service.

Mme Logan fait une déclaration et répond aux questions.

M. Seeman fait une déclaration et, avec M. Luciani, répond aux questions.

À 11 h 20, il est convenu que le comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

**ATTESTÉ:**

---

OTTAWA, le jeudi 29 mai 2003  
(22)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 10 h 57, dans la salle 160-S de l'édifice du Centre, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

*Membres du comité présents:* Les honorables sénateurs Adams, Fraser, Graham, c.p., LaPierre, Merchant, Phalen et Spivak (7).



*Other senators present:* The Honourable Senator Carney, P.C., and Corbin (2).

*In attendance:* Terrence Thomas and Joseph P. Dion, Research Officers, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament.

*Also in attendance:* The official reporters of the Senate.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Wednesday, March 19, 2003, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (*For complete text of Order of Reference, see proceedings of the Committee, Issue No. 6, dated March 20, 2003.*)

**WITNESSES:**

*As individuals:*

Jamie Cameron, Professor, Osgoode Hall Law School, York University;

Pierre Trudel, Professor, L. R. Wilson Chair in Information Technology and Electronic Commerce Law, Public Law Research Centre, University of Montreal.

Ms. Cameron made a statement and answered questions.

Professor Trudel made a statement and answered questions.

At 1:02 p.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

**ATTEST:**

OTTAWA, Tuesday, June 3 2003  
(23)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 9:35 a.m., in room 505, Victoria Building, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

*Members of the committee present:* The Honourable Senators Day, Fraser, Graham, P.C., Phalen, and Spivak (5).

*In attendance:* Terrence Thomas, Research Officer, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament.

*Also in attendance:* The official reporters of the Senate.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Wednesday, March 19, 2003, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (*For complete text of Order of Reference, see proceedings of the Committee, Issue No. 6, dated March 20, 2003.*)

**WITNESSES:**

*As individuals:*

Brian MacLeod Rogers, Lawyer.

*Autres sénateurs présents:* Les honorables sénateurs Carney, c.p., et Corbin. (2)

*Également présents:* Terrence Thomas et Joseph P. Dion, attachés de recherche, Direction de la recherche parlementaire, Bibliothèque du Parlement.

*Aussi présents:* Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mercredi 19 mars 2003, le comité poursuit son examen de l'état actuel de l'industrie canadienne des médias. (*Le texte intégral de l'ordre de renvoi figure dans le compte rendu des délibérations du comité du 20 mars 2003, fascicule n° 6.*)

**TÉMOINS:**

*À titre personnel:*

Jamie Cameron, professeure, Faculté de droit Osgoode Hall, Université York;

Pierre Trudel, professeur, chaire L.R. Wilson sur le droit des technologies de l'information et du commerce électronique, Centre de recherche en droit public, Université de Montréal.

Mme Cameron fait un exposé, puis répond aux questions.

M. Trudel fait un exposé, puis répond aux questions.

À 13 h 02, il est entendu que le comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

**ATTESTÉ:**

OTTAWA, le mardi 3 juin 2003  
(23)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 9 h 35, dans la salle 505 de l'édifice Victoria, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

*Membres du comité présents:* Les honorables sénateurs Day, Fraser, Graham, c.p., Phalen et Spivak (5).

*Également présent:* Terrence Thomas, attaché de recherche, Direction de la recherche parlementaire, Bibliothèque du Parlement.

*Aussi présents:* Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mercredi 19 mars 2003, le comité poursuit son examen de l'état actuel de l'industrie canadienne des médias. (*Le texte intégral de l'ordre de renvoi figure dans le compte rendu des délibérations du comité du 20 mars 2003, fascicule n° 6.*)

**TÉMOINS:**

*À titre personnel:*

Brian MacLeod Rogers, avocat.

Christopher Maule, Distinguished Research Professor,  
Department of Economics, and Norman Paterson School  
of International Affairs, Carleton University.

Mr. Rogers made a statement and answered questions.

Professor Maule made a statement and answered questions.

At 11:40 a.m., it was agreed that the committee adjourn to the  
call of the Chair.

*ATTEST:*

*Le greffier du comité,*

Till Heyde

*Clerk of the Committee*

Christopher Maule, professeur de recherche émérite,  
Département d'économie et Norman Paterson School of  
International Affairs, Université Carleton.

M. Rogers fait un exposé, puis répond aux questions.

M. Maule fait un exposé, puis répond aux questions.

À 11 h 40, il est entendu que le comité s'ajourne jusqu'à  
nouvelle convocation de la présidence.

*ATTESTÉ:*



**EVIDENCE**

OTTAWA, Tuesday, May 27, 2003

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 9:34 a.m. to examine the current state of Canadian media industries; emerging trends and developments in these industries; the media's role, rights, and responsibilities in Canadian society; and current and appropriate future policies relating thereto.

**Senator Joan Fraser** (*Chairman*) in the Chair.

[*English*]

**The Chairman:** Honourable senators, I would like to give a warm welcome to our witness.

[*Translation*]

The committee is examining the appropriate role of public policy in helping to ensure that the Canadian news media remain healthy, independent, and diverse, in light of the tremendous changes that have occurred in recent years — notably, globalisation, technological change, convergence, and increased concentration of ownership.

[*English*]

Today, we welcome professor Donna Logan, director of the School of Journalism at the University of British Columbia. Professor Logan has had an extensive and illustrious career in print and broadcasting and has held several senior executive positions with the CBC. She has taught at a number of academic institutions in Canada and abroad and sits on the board of numerous organizations related to journalism.

Professor Logan, we look forward to your introductory remarks and when you have concluded, we will go to questions and comments.

**Ms. Donna Logan, Director, School of Journalism, University of British Columbia, as an individual:** Thank you, honourable senators, for inviting me to appear before you today. The mandate of this committee is a broad one. You have already heard from a vast array of practitioners and experts about myriad subjects pertaining to the state of the media in Canada. The perspective that I bring to this discussion is that of a woman who has lived from coast to coast in Canada and worked in print and broadcasting, in both the private and public sector, and lately, in journalism education.

I have read the transcripts of this committee's hearings to date. It appears that much of the discussion has centred on ownership and content. What we have learned, from previous inquiries into the state of the media in this country, is that government can do very little about either of these issues. Davey, Kent and others made recommendations in these areas, with few consequences.

**TÉMOIGNAGES**

OTTAWA, le mardi 27 mai 2003

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 9 h 34 pour examiner l'état actuel des industries de médias canadiennes; les tendances et les développements émergeant au sein de ces industries; le rôle, les droits et les obligations des médias dans la société canadienne; et les politiques actuelles et futures appropriées par rapport à ces industries.

**Le sénateur Joan Fraser** (*présidente*) occupe le fauteuil.

[*Traduction*]

**La présidente:** Honorables sénateurs, je souhaite la bienvenue à nos témoins.

[*Français*]

Le comité examine quel rôle l'État devrait jouer pour aider nos médias d'actualité à demeurer vigoureux, indépendants et diversifiés dans le contexte des bouleversements qui ont touché ce domaine au cours des dernières années, notamment la mondialisation, les changements technologiques, la convergence et la concentration de la propriété.

[*Traduction*]

Aujourd'hui, nous accueillons la professeure Donna Logan, directrice de l'École du journalisme de l'Université de la Colombie-Britannique. Mme Logan a fait une longue et magnifique carrière dans les secteurs de la radiodiffusion et des médias imprimés, et elle a occupé de hautes fonctions à la SRC. De plus, elle a enseigné dans diverses institutions universitaires au Canada et à l'étranger et elle siège au sein du conseil d'administration de nombreuses organisations liées au journalisme.

Madame Logan, merci d'être venue nous rencontrer. À la suite de votre exposé, nous nous ferons un plaisir de passer à une période de questions et de discussion.

**Mme Donna Logan, directrice, École de journalisme, Université de la Colombie-Britannique, à titre personnel:** Merci, honorables sénateurs, de m'avoir invité à comparaître devant vous aujourd'hui. Le mandat de votre comité est très large. Vous avez déjà entendu tout un éventail de professionnels et de spécialistes sur une quantité de sujets touchant à la situation des médias au Canada. Les opinions dont je vais vous faire part dans le cadre de cette discussion sont celles d'une femme qui a habité toutes les régions du pays, qui a travaillé pour les médias imprimés et pour la radiodiffusion, tant dans le secteur public que dans le secteur privé, puis qui a fini par enseigner le journalisme.

J'ai lu transcription des réunions tenue jusqu'à présent par votre comité. Il semble que la discussion a porté en grande partie sur les questions de propriété et de contenu. Les enquêtes faites antérieurement au sujet de la situation des médias dans notre pays nous ont appris que le gouvernement ne pouvait pas faire grand-chose dans un cas comme dans l'autre. Davey, Kent et d'autres



For the media to perform its role in a functioning democracy, it must be free and independent. Hence, government attempts to control ownership and content will always meet with resistance.

However, if you believe that the media is a public trust and that the well-being of democracy depends on people being sufficiently well-informed to make intelligent decisions about their lives and about their country, then government bodies such as this one ought to examine, from time to time, the degree to which media is fulfilling that role. The mere exercise of having the discussion has a value in and of itself. Beyond that, the most useful role the Senate committee can play is to attempt to make recommendations that would create a framework in which a free and independent media offers a diversity of views to all Canadians. Rather than specific regulations about ownership or content, you should explore new ways of giving voice to groups that feel disenfranchised by the existing mainstream media. There are many ways to do that.

Before we go get into that discussion, permit me to say a few words about the position of Canada's media in an international context. During my time at CBC, I had the opportunity to work with or train journalists in the U.S., Mexico, Europe — both old and new — and Africa. My conclusion from that experience was similar to what others have said before me: The media model developed in this country is probably the best in the world. The combination of public and private ownership in broadcasting is the envy of many countries. I have not changed my view of our system since leaving CBC six years ago, but the system itself has undergone cathartic change in that period — some of it good, some of it not so good.

On the positive side of the ledger are the explosion of cable TV and the growth of the Internet. Both these developments go a long way toward addressing the concerns about diversity raised when one owner owns too many properties. The downside is that these developments have led to fragmentation of audiences, making it more difficult for the media to exercise its traditional role of consensus building in a democratic society.

The other major development in roughly the same time period has been the emergence of converged ownership. Technology has driven both fragmentation and converged ownership. Almost limitless channel capacity spawned fragmentation, which, in turn, meant that owners had to reaggregate the fragments of audience to maintain economies of scale. This means that because newspaper circulation has been trending downward for several years, owners have to find new outlets in hoping of amassing audiences in sufficient numbers to cover rising costs. Anyone recommending that cross ownership be rolled back needs to keep

encore ont fait des recommandations dans ces secteurs, sans grande conséquence. Pour que les médias puissent jouer leur rôle dans une véritable démocratie, il faut qu'ils soient libres et indépendants. Par conséquent, il y aura toujours une résistance lorsque les gouvernements s'efforcent de contrôler la propriété et le contenu.

Toutefois, si l'on considère que les médias doivent jouir de la confiance du public et que la santé de la démocratie exige que la population soit suffisamment bien informée pour pouvoir se prononcer intelligemment sur son mode de vie et sur son pays, il faut alors que des institutions gouvernementales comme la vôtre examine à l'occasion dans quelle mesure les médias jouent bien ce rôle. La simple discussion a une valeur en soi. En dehors de cela, le mieux que puisse faire votre comité sénatorial est de s'efforcer de présenter des recommandations offrant un cadre dans lequel des médias libres et indépendants sont en mesure de présenter une grande diversité d'opinions à l'ensemble des Canadiens. Plutôt que de réglementer précisément les questions de propriété et de contenu, il vous faut étudier de nouveaux moyens de donner une voix au chapitre aux groupes qui se sentent aliénés par les grandes entreprises de communication en place. Il y a de nombreuses façons d'y parvenir.

Avant que nous nous lancions dans cette discussion, laissez-moi vous dire quelques mots de la situation des médias canadiens dans le cadre international. Lors de mon passage à la SRC, j'ai eu l'occasion d'avoir des collaborateurs ou de former des journalistes des États-Unis, du Mexique, d'Europe — la vieille comme la nouvelle — et d'Afrique. J'ai tiré de cette expérience à peu près la même conclusion que celle que d'autres ont faite avant moi: Le modèle de média mis au point dans notre pays est probablement le meilleur au monde. Le mélange de propriété publique et de propriété privée dans le secteur de la radiodiffusion fait l'envie de nombreux pays. Je n'ai pas changé d'avis sur notre système depuis mon départ de la SRC il y a six ans, mais ce système a subi de véritables bouleversements au cours de cette période — pour le mieux comme pour le pire.

Parmi les points positifs, il y a eu la poussée exponentielle de la câblotélédiffusion et la croissance d'Internet. Ces deux avancées techniques ont largement contribué à remédier aux préoccupations touchant la concentration de la propriété. Leur inconvénient, c'est qu'il en est résulté une fragmentation des auditoires, ce qui permet plus difficilement aux médias de jouer leur rôle traditionnel d'établissement d'un consensus au sein d'une société démocratique.

L'autre grande évolution, à peu près au cours de la même période, concerne l'apparition de la convergence au niveau de la propriété. Les progrès technologiques ont encouragé à la fois la fragmentation et la convergence en matière de propriété. L'apparition d'un nombre de chaînes pratiquement illimité a entraîné une fragmentation qui, à son tour, a amené les propriétaires à regrouper des fragments d'auditoire pour conserver leurs économies d'échelle. La diffusion des journaux étant en baisse depuis un certain nombre d'années, les propriétaires ont dû trouver de nouveaux supports pour



this in mind.

The other development to be taken into consideration in assessing the present — and especially in determining future needs — is the emergence of the Internet as a media player. Working with young graduate students, mostly in their early 20s, has put me in the fortunate position of being able to appreciate how far-reaching the impact of this phenomenon is. One of the students at the UBC School of Journalism this past year did a study on news habits of people in their early 20s. He found they spend as much time gathering news as previous generations, but they do it almost exclusively on the Internet. They read newspapers, watch television and even listen to radio on the Net. They look at traditional sites, but they also look at a lot of alternate sites, and they rely on CNN, NSNBC and Google News for quick hits of international news. The reason they go to the Net for news is that they have grown up wanting the news when they want it and they do not want to pay for it.

The other interesting finding was that young people feel mainstream media is not addressing their interests and needs and that they have a much better chance of finding the information and news they want on the Net. As a result of globalization and the easy access to information, their focus is much different from that of most people in this room at a similar age. They may not be able to rhyme off the names of all Canadian premiers, but they probably know a lot more about Asia and Africa than we did at their ages. Many of my students had already travelled extensively in the Third World before entering the school.

The final factor that has changed the media world in Canada in recent years is the diminution of the public broadcaster because of funding cuts. Private owners have argued that, as their sector becomes stronger and technology makes it possible for them to easily reach all Canadians, the need for a public broadcaster is obviated. I would argue exactly the opposite. The more concentrated the public sector becomes, the more crucial it is to have a strong public broadcaster, without the constraints of commercialism, as a means of guaranteeing that a diversity of views will be heard and Canadian stories will be told. You have already heard from other witnesses how much better funded the BBC is on a per capita basis to provide fewer services, in fewer languages, in a country with one time zone. The CBC is stretched too thin to perform the role expected of it, especially as a counterbalance to the burgeoning private sector.

The tragedy about all these developments — the explosion of cable TV, the convergence of ownership, the emergence of the Internet and the diminution of public broadcasting — is that we have very little empirical data about their impact. Unlike the U.S.,

rassembler un auditoire suffisant afin de faire face à l'augmentation de leurs coûts. Tous ceux qui recommandent qu'on limite les participations croisées doivent en tenir compte.

L'autre évolution qu'il faut prendre en compte pour évaluer nos besoins actuels — et surtout à l'avenir — c'est l'apparition d'Internet en tant qu'acteur au sein des médias. En travaillant auprès de jeunes étudiants de maîtrise, qui sont le plus souvent au début de la vingtaine, j'ai eu la chance de pouvoir apprécier toute l'ampleur de ce phénomène. L'un des étudiants de l'École de journalisme d'UBC a procédé cette année à une étude sur la façon dont les jeunes au début de la vingtaine prennent connaissance des nouvelles. Il a constaté qu'ils consacraient autant de temps à s'informer des sujets d'actualité que les générations précédentes, mais qu'ils le faisaient presque exclusivement en consultant Internet. Ils lisent les journaux, regardent la télévision et écoutent même la radio sur Internet. Ils consultent les sites traditionnels, mais aussi d'autres sites concurrents, et ils se réfèrent à CNN, à NSNBC et à Google News pour prendre rapidement connaissance des nouvelles internationales. S'ils consultent Internet pour prendre connaissance des nouvelles, c'est parce qu'ils ont pris l'habitude de s'informer au moment où ils le veulent et sans avoir à payer.

L'autre conclusion intéressante, c'est que les jeunes ont le sentiment que les grands médias ne répondent pas à leurs besoins et à leurs intérêts et qu'ils ont bien plus de chances de trouver l'information et les nouvelles qui leur conviennent en consultant Internet. Du fait de la mondialisation et de la facilité d'accès à l'information, leur façon de voir les choses est très différente de celle de la plupart de gens qui sont dans cette pièce lorsqu'ils avaient leur âge. Ils ne sont peut-être pas en mesure de réciter par coeur la liste des premiers ministres du Canada, mais ils en connaissent probablement bien plus sur l'Asie et sur l'Afrique que nous n'en savions à leur âge. Nombre de mes étudiants ont déjà largement voyagé dans le tiers monde avant d'entrer à l'école.

Le dernier facteur qui est venu modifier le monde des médias ces dernières années au Canada est celui du repli du radiodiffuseur public en raison des compressions budgétaires. Les propriétaires privés ont allégué qu'en raison du renforcement de leur secteur et de la technologie, il leur était plus facile de s'adresser à tous les Canadiens et que la présence d'un radiodiffuseur public devenait moins indispensable. Je suis prête à soutenir exactement le contraire. Plus la concentration augmente, plus il devient nécessaire de pouvoir compter sur un radiodiffuseur public fort, débarrassé des contingences du mercantilisme, pour garantir une diversité d'opinions et faire en sorte qu'on puisse parler du Canada. Vous avez déjà entendu d'autres témoins vous dire à quel point la BBC bénéficiait d'un financement supérieur par habitant, pour dispenser moins de services, dans moins de langues, au sein d'un pays qui n'a qu'un seul fuseau horaire. La SRC a des moyens trop limités pour s'acquitter du rôle que l'on attend d'elle, surtout lorsqu'il lui faut concurrencer un secteur privé en pleine expansion.

Ce qu'il faut vraiment regretter au sujet de toutes ces évolutions — la montée de la câblotélédiffusion, la convergence des propriétés, l'apparition d'Internet et le repli de la radiodiffusion publique — c'est que l'on a très peu de données

Canada does not have a Pew Center, a Poynter Institute or a Freedom Forum to study these issues. Do we really know what impact ownership has on content? Many rant and rail, there are opinions and anecdotes; but the hard evidence is just not there.

In a modest way, the UBC School of Journalism, together with the York-Ryerson Graduate Program in Culture and Communications and the Centre d'études sur les médias at Laval, has recently begun to study some of the issues surrounding the media in Canada. Funded by a public benefit from Bell Globemedia, we have just launched our first major research study to will examine credibility in Canadian journalism. We hope to go into the field in the fall of this year with a comprehensive survey, and to produce results and analysis early in 2004.

This is a beginning but much more needs to be done. The media industry in Canada has never paid enough attention to research and development. They do countless market studies but they do not do much research about what is happening in their own industry. There are precious few mid-career scholarships for journalists; financial support for courses and further study is truly spotty. Training is excellent at the CBC, but in the private sector, few can make that claim. Why is this? All these things would seem to be an investment in the future prosperity of the product. Can some means be found to encourage this kind of activity among owners — increased tax incentives, perhaps?

This leads me to the design of a framework that would encourage independent and responsible media in this country. Coming up with ways to encourage media owners to invest more in research and development is one way, but there are many other things that can and should be done. It has often been said that the media — with the exception of the CBC — is a public trust in the hands of private owners. To me, this implies responsibilities not only for the owners, but also for the journalists, journalism educators and for the public.

We need better data so the debate about the media will be better informed and less polemic. This committee should have funds to commission research but, more important, there should be permanent centres and institutes to study the central issues of the day. This would allow work to be done on developing ways to quantify and measure media performance and to publish yearly results.

In the U.S., there exists the Committee of Concerned Journalists that has a research arm called "Project for Excellence in Journalism." It is led by some of the best-known journalists and is associated with the Columbia School of Journalism in New York. Its activities are underwritten by the

concernant leurs effets dans la pratique. Contrairement aux États-Unis, le Canada n'a pas un Pew Center, un Poynter Institute ou un Freedom Forum pour étudier toutes ces questions. Savons-nous vraiment quelles sont les répercussions de la concentration de la propriété sur le contenu? Il y a beaucoup de protestations et de plaintes, on donne beaucoup d'avis et on fait part d'anecdotes, mais les preuves concrètes sont tout simplement absentes.

À une échelle limitée, l'École de journalisme d'UBC, en compagnie du programme de maîtrise sur la culture et les communications York-Ryerson et du Centre d'études sur les médias à Laval, a entrepris récemment de se pencher sur un certain nombre de questions entourant les médias au Canada. Financée par une subvention publique de Bell Globemedia, nous avons récemment entrepris de lancer notre première grande étude visant à examiner la crédibilité du journalisme canadien. Nous espérons pouvoir procéder à l'automne à une enquête globale sur le terrain et produire des résultats et des analyses au début de l'année 2004.

C'est un début, mais il reste encore beaucoup à faire. L'industrie des médias au Canada ne s'est jamais suffisamment intéressée à la R-D. Elle procède à d'innombrables études de marché, mais elle ne fait pas beaucoup de recherches sur ce qui se passe dans son propre secteur. Il y a bien peu de bourses décernées aux journalistes en milieu de carrière et l'aide financière apportée dans le cadre des cours et de la poursuite des études est bien maigre. La formation dispensée à la SRC est excellente mais, dans le secteur privé, très peu de gens peuvent s'en prévaloir. Comment cela se fait-il? Il semble qu'il s'agit là chaque fois d'un investissement dans la prospérité future du produit. Peut-on trouver des solutions pour encourager ce genre d'activité auprès des propriétaires — en augmentant les incitations fiscales, par exemple?

J'en viens à l'élaboration d'un cadre incitant les médias de notre pays à se montrer plus indépendants et plus responsables. Il est bon de trouver des moyens d'inciter les propriétaires des médias à investir davantage dans la R-D, mais il y a bien d'autres choses qui peuvent et qui doivent être faites. On a souvent dit que les médias — à l'exception de la SRC — sont des institutions publiques confiées à des propriétaires privés. Je considère que cela implique des responsabilités, non seulement pour les propriétaires, mais aussi pour les journalistes, les enseignants des écoles de journalisme et le public.

Nous avons besoin de données plus précises pour que le débat au sujet des médias s'appuie sur une meilleure information et soit moins polémique. Votre comité devrait pouvoir financer des recherches, mais l'on devrait surtout pouvoir établir des instituts et des centres permanents chargés d'étudier les questions fondamentales du jour. On pourrait alors se doter des moyens de quantifier et de mesurer la performance des médias et de publier les résultats annuels.

Aux États-Unis, il existe un comité de journalistes qui s'intéressent à la question et qui possèdent un service de recherche intitulé «Project for Excellence in Journalism». Ce centre est dirigé par l'un des journalistes les plus connus et il est associé à l'École de journalisme de l'Université de Columbia à



Pew Charitable Trusts and the Knight Foundation. It conducts research, does content studies and sponsors books on journalism. Through these efforts, the organization is engaged in pressing for journalism reform. They have an excellent Web site at [www.journalism.org](http://www.journalism.org).

The Canadian Journalism Foundation is making a somewhat similar, but more modest, attempt in Canada; and the Canadian Association of Journalists has made some admirable efforts to provide training for its members. The Friends of Canadian Broadcasting is also active in this realm. The problem — as always in a country of this size — is that they all lack the funding needed to make a significant impact. Perhaps the committee could look at ways to provide stable ongoing funding for these organizations, so they could become an effective part of the framework we are discussing.

I have just come from attending the 25th annual conference of the Canadian Association of Journalists in Toronto. For two-and-a-half days, journalists could choose from among seminars on 63 different topics dealing with the craft and the industry. It was all organized by volunteers and the discussions were excellent. This group is supported mainly by the large owners in the industry, with the exception of CanWest Global, which refuses to fund the organization. The CAJ is naturally reluctant to seek government funding, but some way must be found to allow them to continue and expand the work they are doing. Perhaps this committee could explore how this might be done.

What is the responsibility of the public in all of this? Ideally, the business community and concerned citizens should be willing to fund organizations like the CJF, the CAJ and the Friends, but I am not counting on that happening any time soon. The public is clearly interested in better mechanisms of accountability. This committee might want to explore what those might be. The press councils grew out of the Davey report. They obviously do some good work, but they are of limited value. Most people do not know about them; some provinces do not have them; and their powers to hold owners and journalists accountable are inadequate.

Could the committee make recommendations that would strengthen their role or suggest an alternative? One previous witness suggested a national ombudsman; while it is a daunting thought, it might work if the mandate remained complaint-based and did not attempt to do more.

Other accountability mechanisms that might be looked at or recommended are regular articles in newspapers and programs in broadcasting that provide interactivity between the people who create the news and those who consume it. Some of this has been tried in the U.S. and the U.K. and, to a limited extent, here in Canada. Web sites can also be used for this purpose. It amazes me

New York. Ses activités sont financées par les organismes de bienfaisance Pew et par la fondation Knight. Il fait des recherches, procède à des études sur le contenu et patronne des ouvrages sur le journalisme. Dans ce cadre, l'organisation milite pour la réforme du journalisme. Elle a un excellent site Internet à l'adresse [www.journalism.org](http://www.journalism.org).

La Fondation pour le journalisme canadien fait un travail semblable au Canada, mais à une échelle plus réduite, de son côté, l'Association canadienne des journalistes a fait de magnifiques efforts pour former ses membres. L'association Friends of Canadian Broadcasting intervient aussi activement dans ce domaine. L'inconvénient — c'est toujours la même chose dans un pays de cette taille — c'est que toutes ces organisations n'ont pas suffisamment de crédits pour influencer véritablement sur la situation. Votre comité pourrait éventuellement se pencher sur les moyens d'accorder un financement stable et permanent à ces organisations pour qu'elles puissent apporter une contribution efficace dans le cadre que nous évoquons.

Je viens d'assister à la 25<sup>e</sup> conférence annuelle de l'Association canadienne des journalistes à Toronto. Pendant deux jours et demi, les journalistes ont pu assister au choix à différents colloques sur 63 sujets propres à l'industrie. Tout était organisé par des bénévoles et les discussions ont été excellentes. Ce groupe est financé avant tout par les grands propriétaires au sein de l'industrie, à l'exception de CanWest Global, qui refuse de financer l'organisation. L'ACJ hésite naturellement à rechercher un financement auprès du gouvernement, mais il faut d'une façon ou d'une autre trouver un moyen de lui permettre de poursuivre et d'élargir ses activités. Votre comité pourrait éventuellement se pencher sur la question.

Quelle est la responsabilité du public sur toute cette question? Dans l'idéal, le monde des affaires et les citoyens préoccupés par la question devraient être prêts à financer des organisations telles que la FCJ, l'AJC et Friends, mais je ne compte pas trop là dessus dans l'immédiat. Le public veut de toute évidence que l'on institue des mécanismes permettant de mieux rendre des comptes. Votre comité pourrait les étudier. Les conseils de presse sont sortis du rapport Davey. Ils font évidemment un bon travail, mais leur intérêt est limité. La plupart des gens n'en connaissent pas l'existence; il n'y en a pas dans certaines provinces; enfin, les pouvoirs dont ils disposent pour obliger les propriétaires et les journalistes à rendre des comptes sont insuffisants.

Votre comité pourrait-il faire des recommandations renforçant leur rôle ou proposant une solution de rechange? Un témoin précédent a préconisé que l'on se dote d'un protecteur national des citoyens; c'est une entreprise considérable qui pourrait cependant donner des résultats s'il se contentait d'examiner les plaintes sans chercher à en faire davantage.

Parmi les autres mécanismes permettant de rendre des comptes qui pourraient être envisagés ou recommandés, il y a la diffusion régulière d'articles dans les journaux et d'émissions à la radio et à la télévision permettant d'instaurer des échanges entre les personnes qui font les nouvelles et ceux qui les consomment. Des tentatives ont déjà été faites en ce sens aux États-Unis, au

that they are not. Most media sites invite people to e-mail or participate in opinion surveys but there is little in the way of on-line interactive fora.

I would like to make two more points that need to be considered in designing a framework that allows a variety of voices to be heard. Not much has been said thus far in these hearings about the ethnic press and the alternate media in this country. What is their role in this debate? One-third of the greater Vancouver population is Asian. Two daily newspapers and two — soon to be three — television stations, plus a number of radio stations compete to serve them. Arguably, the Asian community has more choice than the English-speaking community when it comes to daily print media. Yet, when the Vancouver situation is discussed, the role of the ethnic media is rarely included. Alternate papers such as the *Georgia Straight* or community papers — which are thriving — are also excluded from the discussion, yet they are not all owned by CanWest. Hollinger and David Black — not to be confused with Conrad — own several papers in B.C., some of which are daily.

Vancouver is not the only city with a vital ethnic media. In fact, it has become so important in Canada that *The Toronto Star* now owns 49 per cent of *Sing Tao* newspapers in Canada.

Any framework for the future needs to include a revitalized public sector particularly the CBC. It needs more resources to provide good investigative journalism, top quality Canadian drama and comedy, and comprehensive local coverage. New money should be targeted to these ends and should not be spent on acquiring additional broadcast rights for professional sports. That way, the public broadcaster becomes a stronger counterweight to the private sector — particularly in those places where one owner controls both newspaper and television outlets. The problem of diversity is most acute at the local level. There are many choices on national and international stories, so the CBC must continue to provide strong local coverage. It must also be given money to expand its Web site so that it could truly become the public newspaper that some have suggested here.

Of course, this raises the question of cross-ownership and why it is acceptable in the public sector but not in the private sector. The CBC has owned both radio and television for years and now it has a highly successful Web site. It has recently amalgamated all of its news operations. The obvious difference between public and private is the commercial imperative, but does the lack of the need to make money guarantee a diversity of views? Not necessarily. Trying to combine radio and television news runs the risk of weakening the more successful service — that is, radio. That is because the cultures are very different and the demands of TV are

Royaume-Uni et, dans une certaine mesure, ici même au Canada. Les sites Internet peuvent aussi être utilisés dans ce but. Je suis stupéfaite de voir que ce n'est pas le cas. La plupart des sites des médias invitent les gens à envoyer des courriels ou à prendre part à des sondages d'opinion, mais il n'y a pas beaucoup d'échanges interactifs en direct.

J'aimerais souligner deux autres points qui méritent d'être considérés lorsqu'on envisage d'établir un cadre permettant à diverses opinions de s'exprimer. On n'a pas encore beaucoup parlé lors de ces audiences de la presse ethnique et des médias alternatifs dans notre pays. Quel est leur rôle dans ce débat? Un tiers de la population de la communauté urbaine de Vancouver est asiatique. Deux quotidiens et deux — bientôt trois — stations de télévision, plus un certain nombre de stations de radio, se font concurrence pour servir cette clientèle. On peut soutenir que la communauté asiatique a plus de choix que la communauté de langue anglaise pour ce qui est de la lecture des quotidiens. Pourtant, lorsqu'on se penche sur la situation à Vancouver, on mentionne rarement le rôle des médias ethniques. Les journaux alternatifs comme le *Georgia Straight* ou les journaux communautaires — qui sont florissants — n'entrent pas eux non plus dans la discussion, et pourtant ils ne sont pas tous la propriété de CanWest, Hollinger et David Black — qu'il ne faut pas confondre avec Conrad — possèdent plusieurs journaux en Colombie-Britannique dont certains sont des quotidiens.

Vancouver n'est pas la seule ville qui a des médias ethniques dynamiques. Ces médias sont d'ailleurs devenus si importants au Canada que le *Toronto Star* possède désormais 49 p. 100 des journaux *Sing Tao* au Canada.

Tout cadre d'action prévu à l'avenir devra faire appel à un secteur public renforcé, notamment en ce qui concerne la SRC. Cette entreprise a besoin de plus de ressources pour faire du bon journalisme d'enquête, diffuser des comédies et des émissions dramatiques canadiennes de qualité et couvrir toutes les nouvelles locales. Les nouveaux crédits devront être affectés à ces postes et non pas servir à acquérir d'autres droits de radiodiffusion des sports professionnels. Cela permettra aux radiodiffuseurs publics de contrebalancer efficacement le secteur privé — notamment là où un seul propriétaire contrôle à la fois les journaux et les postes de télévision. Le problème de la diversité se fait plus nettement sentir au niveau local. On a bien davantage le choix pour ce qui est des émissions nationales et internationales, et il faut donc que la SRC continue à assurer une bonne diffusion locale. Il convient aussi qu'elle reçoive des crédits pour développer son site Internet afin de devenir véritablement le journal public dont certains ont proposé la création ici.

Bien entendu, la question des participations croisées se pose en l'espèce et l'on peut se demander pourquoi elles seraient acceptables dans le secteur public mais non pas dans le secteur privé. La SRC fait depuis des années de la radio et de la télévision et elle a désormais un site Internet qui rencontre beaucoup de succès. Elle a récemment fusionné toutes ses activités concernant les nouvelles. La différence évidente entre le public et le privé, ce sont les impératifs commerciaux, mais le simple fait que l'on n'ait pas besoin de gagner de l'argent est-il le garant de la diversité des opinions? Pas nécessairement. En s'efforçant de combiner les



bound to take precedence. The CBC is mandated as a full-service broadcaster and, therefore, should be discussing such changes with the public through the CRTC or other means. Instead, it is my understanding that it was all done behind closed doors without consultation of the people responsible for producing the news. In fact, the CBC has gone one step further than the private sector. It has merged the management structure of two different media — which is something that the CRTC expressly forbade Bell Globemedia and CanWest from doing.

The irony in all of this is that even if this committee were to recommend that cross-ownership be disallowed, it would not change the print situation in Vancouver where both English dailies have the same owner.

I have tried to show that the answer does not lie in regulating ownership or in interfering with content. If we truly want a free and independent media that is responsive and responsible, we need a concerted commitment and effort from all parties concerned to create greater knowledge and awareness of the issues, better training and support for journalists and more accountability. As Lee C. Bollinger, President of Colombia University, said recently in a statement discussing journalism education:

There is nothing inherently inconsistent about good journalism operating in a market. Capitalism is a well-proven method of serving public needs and preferences, both for goods and services and for information. But like any system, its advantages turn into harms unless moderated by an internalized value system.

It is time to examine and reinforce the value system. I have tried to suggest some ways that could be done.

**The Chairman:** Ms. Logan, I understand that you have already told the staff that you will try to obtain a copy of the student's study on young people's news. We would be grateful for the ongoing — and certainly final — results of the credibility study that you mentioned would be finished early next year. That sounds like interesting work.

**Ms. Logan:** I will send the proposal. I have another study on young people working in newsrooms and the lack of opportunity for young people to penetrate newsrooms, which I think might be helpful, as well.

nouvelles à la radio et à la télévision, on risque d'affaiblir le service qui a le plus de succès — en l'instance, la radio. C'est parce que les deux cultures sont très différentes et que les exigences de la télévision vont obligatoirement primer. La SRC a pour mandat d'être un radiodiffuseur polyvalent et, par conséquent, il lui appartient de discuter de ces changements avec le public par l'intermédiaire du CRTC ou par tout autre moyen. Au lieu de cela, je crois savoir que tout s'est fait en coulisse sans consulter les responsables de la production des nouvelles. La SRC est d'ailleurs allé encore plus loin que le secteur privé. Elle a fusionné la structure de gestion de ces deux médias différents — ce que le CRTC avait expressément interdit à Bell Globemedia et à CanWest.

Le paradoxe, c'est que même si votre comité recommandait l'interdiction des participations croisées, cela ne changerait pas la situation de la presse à Vancouver puisque les deux quotidiens de langue anglaise ont le même propriétaire.

J'ai voulu vous montrer ici que la solution n'était pas de réglementer la propriété ou d'intervenir au sujet du contenu. Si nous voulons vraiment pouvoir disposer de médias libres et indépendants responsables et répondant aux besoins de la population, toutes les parties concernées doivent s'engager et faire un effort concerté pour sensibiliser la population et lui faire mieux comprendre les enjeux, assurer une meilleure formation et un meilleur appui aux journalistes et rendre davantage de comptes. Comme l'a dit récemment Lee C. Bollinger, le président de l'Université de Colombia, dans une allocution portant sur l'enseignement du journalisme:

Il n'y a rien d'incompatible à la base entre un bon journalisme et la loi du marché. Le capitalisme a fait ses preuves lorsqu'il s'agit de répondre aux besoins et aux préférences du public, que ce soit pour fournir des biens et des services ou encore de l'information. Mais comme dans tout système, ces avantages se transforment en inconvénients s'il ne se fixe pas des limites en fonction d'un système de valeurs qu'il a fait sien.

Il est temps d'examiner et de renforcer notre système de valeurs. Je me suis efforcée ici de vous présenter un certain nombre de moyens d'y parvenir.

**La présidente:** Madame Logan, je crois savoir que vous avez déjà dit à notre personnel que vous alliez vous efforcer d'obtenir une copie de l'enquête faite par cet étudiant au sujet de la consommation de nouvelles par les jeunes. Nous serions très heureux que les résultats en cours — et certainement définitifs — de l'étude de crédibilité que vous venez d'évoquer soient connus au début de l'année prochaine. C'est un travail qui s'annonce intéressant.

**Mme Logan:** Je vous ferai parvenir le projet. J'ai une autre étude concernant les jeunes qui travaillent dans les salles de nouvelles et l'absence de débouchés dans ce domaine, qui me paraît elle aussi utile.

**Senator Graham:** Ms. Logan, you raised many interesting points about issues that should be considered by the committee. You said that the media model developed in Canada is the best in the world. Could you elaborate on what you mean by "model"?

**Ms. Logan:** The model simply means the way in which our system has been designed.

**Senator Graham:** Is that by accident or by design?

**Ms. Logan:** It was an evolution, I suppose. What distinguishes it, in my mind, from other systems around the world is the balance that exists between public and private. In the U.K. for many years, the public broadcaster was simply dominant and is still very strong. In Canada, we have effected a balance that many people think is quite healthy, or was quite healthy.

**Senator Graham:** Do you think that there is balanced coverage on all public issues?

**Ms. Logan:** I find it difficult to answer an omnibus question such as that. Obviously, there are many problems with coverage of most issues. It depends on how many papers you read, how many television programs you see or how much information you find on the net, whether you have a balanced picture of all public issues.

People make the mistake of expecting each media source to be balanced in and of itself. I think that we are becoming more media literate and we are beginning to realize that you do not receive total balance from any single outlet; you must use a variety of sources and make up your own mind.

**Senator Graham:** Do you think the media has a responsibility in terms of education? I am not talking about educating employees or journalists to be good reporters or interviewers or broadcasters, but simply about the broader terms of educating the public.

**Ms. Logan:** Yes. Many issues could be better explained and there could be more educational value added to much of the coverage to make people aware of why it is important and why a situation that is not happening in their own country or in their own backyard is important to them. The media makes many assumptions that the readers, listeners and viewers know where countries are when they suddenly pop into the news and what the backgrounds of those countries are. Much of that background is sometimes not there. From that point view the media could do a better job on the educative side.

**Senator Graham:** You undoubtedly read the terms of reference under which we are operating. We are looking at "the current state of Canadian media industries; emerging trends and developments in these industries; the media's role, rights and responsibilities in Canadian society; and current and appropriate

**Le sénateur Graham:** Madame Logan, vous avez évoqué un grand nombre de questions intéressantes que vous demandez à notre comité d'étudier. Vous nous avez dit que le modèle appliqué au Canada en ce qui concerne les médias est le meilleur au monde. Pouvez-vous nous préciser ce que vous entendez par «modèle»?

**Mme Logan:** Ce modèle, c'est tout simplement la façon dont notre système a été conçu.

**Le sénateur Graham:** Est-ce qu'on l'a fait par accident ou à dessein.

**Mme Logan:** C'est le résultat d'une évolution, j'imagine. La distinction que l'on peut faire, à mon avis, avec les autres systèmes dans le monde, c'est l'équilibre qui existe entre le secteur public et le secteur privé. Au Royaume-Uni, pendant de nombreuses années, le radiodiffuseur public a occupé une position tout à fait dominante et il reste encore très fort. Au Canada, nous sommes parvenus à un équilibre que bien des gens considèrent comme étant très sain, ou qui était très sain.

**Le sénateur Graham:** Estimez-vous que la couverture est équilibrée sur tous les sujets d'intérêt public?

**Mme Logan:** Il m'apparaît difficile de répondre à une question aussi vaste. Bien entendu, la couverture de la plupart des questions pose de nombreux problèmes. Pour avoir un point de vue équilibré sur toutes les questions d'intérêt public, tout dépend d'un nombre de journaux qu'on lit, du nombre d'émissions de télévision qu'on regarde et de la somme d'informations que l'on peut trouver sur Internet.

Les gens ont le tort de s'attendre à ce que chacun des médias soit équilibré en soi. Il m'apparaît qu'il nous faut mieux nous informer et nous rendre compte que l'on ne peut pas avoir un point de vue équilibré à partir d'un seul média; il faut consulter différentes sources et se faire sa propre idée.

**Le sénateur Graham:** Estimez-vous que les médias ont une responsabilité en matière d'éducation? Je ne parle pas d'enseigner aux employés ou aux journalistes à mieux faire des reportages, des entrevues ou des émissions, mais de manière plus générale à mieux éduquer le public.

**Mme Logan:** Oui. Nombre de sujets pourraient être mieux expliqués et l'on pourrait en les couvrant faire une meilleure éducation du public pour qu'il se rende compte pour quelle raison tel ou tel sujet est important et pourquoi telle ou telle situation qui se produit à l'étranger, loin de chez lui, le concerne directement. Les médias partent souvent du principe que les lecteurs, les auditeurs et les téléspectateurs savent où se trouvent les pays qui apparaissent soudainement dans les nouvelles et sur quel fond se déroulent les événements. Il manque parfois certains éléments pour comprendre l'ensemble de la situation. De ce point de vue, les médias pourraient faire un meilleur travail d'éducatifs.

**Le sénateur Graham:** Vous avez certainement pris connaissance de notre mandat. Nous nous penchons sur «l'état actuel des industries de médias canadiennes; les tendances et les développements émergeant au sein de ces industries; le rôle, les droits et les obligations des médias dans la société canadienne; et



future policies relating there to.” Is there anything in there that you would change or add?

**Ms. Logan:** I would have to think about that. It is a very all-encompassing mandate. I find it difficult on the spur of the moment to suggest anything to add.

**Senator Graham:** Perhaps it is an unfair question.

**Senator LaPierre:** It seems to me that one of the one of the problems we have had in this country in determining the quality of the print media has to do with the notion of freedom of the press. We have been told that freedom of the press is vested in the owner. This was declared solemnly at the McGill Institute for Canadian Studies, for instance, in their last conference.

However, I would like you to think seriously about the fact of section 2(b) of the Charter of Rights and Freedoms of the Canadian people, which lists categorically that every citizen is entitled to, among other rights, freedom of opinion, which includes freedom of the press and other such media. Consequently, I have concluded that freedom of the press is vested in me, and not in the owners. It is not vested in the professionalism of the journalists. It is vested in me. Therefore, I have a fundamental responsibility in living the concept of freedom of the press.

Most people do not know how to do that. The Canadian public is excluded from its capacity to exercise its fundamental right in freedom of the press, which is inevitable in terms of freedom of opinion. It is basic to the freedom of opinion that you have a variety of opinions available to you from which to exercise a fundamental freedom of the press that is inherent. Does that make any sense?

**Ms. Logan:** Absolutely. It has always puzzled me that Canadians spend a lot of time complaining about the press and its performance. I am sure any of the journalists in the room could tell us stories similar to those I have encountered. People constantly complain about some experience that they may have had with the press. When you ask them: What did you do about it? Did you phone the editor? Did you write a letter? Did you go to the press council?” They usually say “no.”

I have never been able to figure out why that is and why Canadians do not feel more engaged in this exercise of freedom of the press. If it is a fundamental right of every human being in our society — which I believe it is, as do you — you have to engage. I was trying to suggest in my remarks that there need to be better mechanisms for that to happen. Perhaps the Internet will help. Perhaps there should be an ombudsman for the written press. It could be confined to the written press, if you feel that is the principal problem area.

**Senator LaPierre:** An individual has several instruments for exercising freedom of the press. One instrument is to cancel his or her subscription to the newspaper or magazine. The second is to

les politiques actuelles et futures appropriées par rapport à ces industries». Avez-vous quelque chose à changer ou à ajouter à ce mandat?

**Mme Logan:** Il me faudrait y réfléchir. C’est un mandat très global. Il me paraît difficile sur le coup de penser à y ajouter quoi que ce soit.

**Le sénateur Graham:** La question est peut-être injuste.

**Le sénateur LaPierre:** Il m’apparaît que lorsque l’on cherche à déterminer la qualité des médias imprimés dans notre pays, l’une des difficultés concerne la notion de liberté de la presse. On nous a dit que c’était le propriétaire qui était le garant de la liberté de la presse. C’est ce qui a déclaré solennellement, par exemple, à l’Institut d’études canadiennes de McGill, lors de sa dernière conférence.

J’aimerais toutefois me pencher sérieusement sur les dispositions de l’alinéa 2b) de la Charte des droits et libertés du peuple canadien, qui établit catégoriquement que tous les citoyens ont droit, entre autres, à la liberté d’opinion, qui englobe la liberté de la presse et celle qui concerne les autres médias. J’en ai conclu par conséquent que la liberté de la presse me concernait moi et non pas les propriétaires. Ce sont les journalistes, par leur professionnalisme, qui en sont les garants. C’est moi qui en suis le garant. Par conséquent, j’ai la responsabilité fondamentale d’intégrer la notion de liberté de la presse.

La plupart des gens ne savent pas le faire. La population canadienne ne peut pas exercer son droit fondamental à la liberté de la presse, qui se traduit inévitablement par la liberté d’opinion. Il est essentiel, pour que l’on puisse avoir une liberté d’opinion, qu’il y ait différentes opinions qui se présentent à vous pour pouvoir exercer le droit fondamental de la liberté de la presse que l’on trouve à la base. Est-ce que j’ai raison de m’exprimer ainsi?

**Mme Logan:** Absolument. J’ai toujours été sidérée de constater que les Canadiens passaient leur temps à se plaindre de la presse et de sa performance. Je suis sûre que n’importe lequel des journalistes dans cette salle est en mesure de rapporter les mêmes histoires que celles que j’ai pu rencontrer. Les gens se plaignent constamment d’un certain nombre de démêlés qu’ils ont eu avec la presse. Lorsqu’on leur demande: «Qu’avez-vous fait en conséquence? Avez-vous téléphoné au rédacteur en chef? Avez-vous envoyé une lettre? Vous êtes-vous adressé au conseil de presse?», ils vous répondent généralement «non».

Je n’ai jamais pu comprendre pourquoi il en était ainsi et pourquoi les Canadiens ne se sentaient pas plus concernés par l’exercice de la liberté de la presse. C’est un droit fondamental de tous les membres de notre société — j’en suis convaincue comme vous — qu’il faut faire respecter. J’ai voulu faire comprendre dans mon exposé qu’il nous fallait de meilleurs mécanismes pour que ça se produise. Internet va peut-être nous aider. Il faudrait peut-être un protecteur des citoyens dans la presse écrite. On pourrait se limiter à la presse écrite, si vous considérez que le gros problème est là.

**Le sénateur LaPierre:** L’individu dispose de plusieurs moyens pour exercer son droit à la liberté de la presse. L’un d’entre eux consiste à annuler son abonnement au journal ou à la revue en

write letters to the editor. However, at the end of the day, the editor chooses the letters. I have not seen, for example, in the *Ottawa Citizen* many letters to the editor that have taken a compassionate position on the Palestinian question. I have seen an enormous number of letters taking a compassionate approach to the Jewish position. Consequently, the freedom of the press that I have in terms of complaining is under the responsibility of the editor. The third instrument is to write to the council that is supposed to look after that. However, that takes an enormous amount of time.

The idea that you have given to us about the ombudsman, which has been given to us by someone else as well, is of great importance. Would you elaborate on the Freedom Forum that you mentioned?

**Ms. Logan:** The Freedom Forum is an organization funded by foundations in the United States. It had offices in Britain. I do not know whether it still does. It had a huge budget crunch a year ago and greatly reduced its operations.

They had fora and studies all over the country. I have been to many meetings. I am sure other people in the room have as well. They dealt with issues of this in a public way. They have a very good Web site at [www.freedomforum.org](http://www.freedomforum.org), where there is constant discussion. Papers written on issues affecting the daily media are posted there as well.

**Senator LaPierre:** Could we get some documentation on that Freedom Forum?

**Ms. Logan:** They were looking for a partner in Canada about five years ago. It was when I was starting at UBC. I was anxious to be that partner, but I was not in the position at the time because the school was just starting, and we had no track record. They had some discussions with the University of Toronto. I do not know what came of that. However, I must say that they do excellent work and that kind of development should be encouraged.

I should have included this in my remarks. I always thought that media literacy courses in school would be a good idea because people do not know enough about how the media functions, its history, and how to read and evaluate the media. There are some scattered courses in school programs across the country. However, a more concentrated effort in media literacy would go a long way.

**Senator LaPierre:** I wanted to talk about the Internet and the marketplace of ideas, but I will wait, Madam Chairman.

**Senator Merchant:** I am interested in the engagement that Senator LaPierre mentioned. It is more difficult for visible minorities and ethnic groups to engage. As newcomers to this country — I was a newcomer myself 40 years ago — it is difficult to want to jump into something like that. We are timid because we are not quite sure whether we are able to engage and whether we might attract more attention to ourselves if we do so. Visible

question. Il peut aussi envoyer des lettres au rédacteur en chef. Toutefois, en dernière analyse, c'est le rédacteur en chef qui choisit les lettres qu'il va publier. Ainsi, je n'ai pas vu dans l'*Ottawa Citizen* beaucoup de lettres envoyées au rédacteur en chef pour se plaindre de la situation dans laquelle se trouvent les Palestiniens. J'en ai lu une quantité qui plaignaient les juifs. Par conséquent, la liberté de la presse dont je peux me prévaloir ici est entre les mains du rédacteur en chef. Il y a un troisième moyen qui consiste à envoyer une lettre au conseil, qui est chargé de veiller à ce genre de chose. Toutefois, cela prend un temps considérable.

Votre proposition concernant un protecteur des citoyens, qui nous a été faite aussi par quelqu'un d'autre, revêt une grande importance. Pourriez-vous nous en dire davantage sur le forum des libertés que vous avez évoqué?

**Mme Logan:** Le forum des libertés est une organisation financée par un certain nombre de fondations aux États-Unis. Il avait des bureaux en Grande-Bretagne. Je ne sais pas si c'est toujours le cas. Il a subi de grosses compressions budgétaires il y a un an et il a fortement réduit ses activités.

Des colloques et des enquêtes étaient organisés dans tout le pays. J'ai assisté à de nombreuses réunions. Je suis sûre que c'est aussi le cas d'autres personnes dans cette salle. On y traitait publiquement de ces questions. Ce forum dispose d'un excellent site Internet à l'adresse [www.freedomforum.org](http://www.freedomforum.org) où la discussion est permanente. Les études rédigées sur les questions touchant la presse quotidienne y sont aussi affichées.

**Le sénateur LaPierre:** Est-ce que vous pourriez nous remettre une documentation au sujet de ce forum des libertés?

**Mme Logan:** Il recherchait un partenaire au Canada il y a cinq ans environ. Je commençais alors à travailler à UBC. Je voulais absolument que nous soyons ce partenaire, mais je n'étais pas en mesure d'y parvenir à l'époque parce que l'école venait tout juste d'ouvrir et n'avait pas d'antécédent. Il y a eu certains pourparlers avec l'Université de Toronto. Je ne sais pas ce qu'il en est résulté. Je dois vous dire toutefois qu'il fait un excellent travail et qu'il convient d'encourager ce genre d'évolution.

J'aurais dû le mentionner dans mon exposé. J'ai toujours pensé qu'il serait bon de donner à l'école des cours sur la façon d'interpréter les médias parce que les gens ne connaissent pas assez le fonctionnement et l'histoire des médias ainsi que la façon de les lire et de les évaluer. Il y a quelques cours dispersés dans les différentes écoles de notre pays. Un programme plus élaboré d'interprétation des médias serait toutefois une bonne chose.

**Le sénateur LaPierre:** Je voulais parler de l'Internet et du marché des idées, mais j'attendrai, madame la présidente.

**Le sénateur Merchant:** Je m'intéresse à la façon de s'impliquer dont parlait le sénateur LaPierre. Il est plus difficile pour les minorités visibles et pour les groupes ethniques de s'impliquer. Comme ce sont de nouveaux arrivants dans ce pays — je l'étais moi-même il y a 40 ans — il leur est difficile de se lancer dans ce genre d'entreprise. Nous faisons preuve de timidité dans ce cas-là parce que nous ne sommes pas tout à fait sûrs de pouvoir nous



minorities have a feeling that the media frequently portrays them in a poor light. They want to make changes but they do not know how to go about it.

Have you run into that? Do you think they are at a disadvantage because they are newcomers? As they try to fit in, they are trying not to draw so much attention to themselves.

**Ms. Logan:** Yes, I have seen all of that. What you say is largely true. Organizations, private broadcasters and newspapers do make some effort to meet with various groups in the community. In Vancouver, for example, the *Vancouver Sun* has made some forays into the Asian community. They did run a regular feature summarizing the editorials in the two Asian papers the *Sing Tao Daily* and the *Mingpao*. Unfortunately, this was not continued under the new editors. That bridged the gap — if you like — to some extent, but for whatever reason it was not continued.

There has to be an outreach. The public sector is much more inclined to do this sort of thing than is the private sector. If you talk to some of the marketers, they will say, “It is not our audience. They do not read us. We are catering to the people who do.” The onus for this sort of thing is on the public sector, and while they do make some effort to reach out, it is probably not enough.

**Senator Merchant:** With regard to the public broadcaster, you talked about accountability. With private journalism, you can stop your paper or somehow have some control over how you spend your dollars. With a public broadcaster, how do you get some sense that you can hold them accountable? What can you do?

Among the CBC listeners I have talked to, there appears to be a perception that the journalists have a certain bend — shall I say — that is more to the left than the right. Some people do not like that, because this is a public broadcaster and they would like to see more balance. They do not seem to feel they get enough balance from the public broadcaster.

How can the public hold a public broadcaster accountable? What can they do to feel they are getting their money's worth?

**Ms. Logan:** The public broadcaster is held accountable through the CRTC. Anyone can make a complaint to the CRTC. They have better accountability mechanisms than most media in the country. They have one of the few ombudsmen in the country, who is doing a very good job and deals with all the complaints with a great deal of care and diligence.

impliquer sans risquer ainsi d'attirer davantage l'attention sur nous-mêmes. Les minorités visibles ont le sentiment que les médias les dépeignent souvent sous un jour défavorable. Elles veulent changer la situation, mais elles ne savent pas comment le faire.

Avez-vous constaté ce genre de chose? Estimez-vous que ces gens sont désavantagés parce que ce sont de nouveaux arrivants? Comme ils veulent s'intégrer, ils s'efforcent de ne pas trop attirer l'attention sur eux.

**Mme Logan:** Oui, j'ai constaté tout ça. Ce que vous nous dites est en grande partie vrai. Les organisations, les radiodiffuseurs privés et les journaux font effectivement des efforts pour rencontrer les différents groupes au sein de la collectivité. À Vancouver, par exemple, le *Vancouver Sun* a fait certaines incursions au sein de la communauté asiatique. Il publiait régulièrement une rubrique résumant les éditoriaux des deux grands journaux asiatiques, le *Sing Tao Daily* et la *Mingpao*. Malheureusement, la nouvelle rédaction n'a pas poursuivi cette entreprise. On réussissait ainsi à combler le fossé — si vous voulez — dans une certaine mesure, mais pour une raison ou pour une autre on n'a pas poursuivi dans cette voie.

Il faut aller vers les gens. Le secteur public est bien plus porté à le faire que le secteur privé. Si vous interrogez certains commerciaux, ils vont vous répondre: «Ce n'est pas notre clientèle. Ces gens ne nous lisent pas. Nous nous occupons de nos clients.» C'est au secteur public qu'il incombe de le faire, et même s'il fait des efforts, ce n'est probablement pas suffisant.

**Le sénateur Merchant:** Vous avez parlé du devoir de rendre des comptes au sujet du radiodiffuseur public. Dans le journalisme privé, le journal peut cesser de paraître ou une forme quelconque de contrôle peut s'exercer sur la façon dont on dépense l'argent. Comment faire en sorte qu'un radiodiffuseur public puisse rendre des comptes? Que faire?

En parlant avec les membres de l'auditoire de la SRC, j'ai pu constater que l'on avait le sentiment que les journalistes avaient une certaine tendance — si je peux m'exprimer ainsi — à pencher davantage vers la gauche que vers la droite. Il y a des gens que cela dérange, parce qu'il s'agit d'un radiodiffuseur public et parce qu'ils aimeraient qu'il y ait un meilleur équilibre. Ils n'ont pas le sentiment que l'on maintient un équilibre suffisant au sein du radiodiffuseur public.

Comment faire en sorte qu'un radiodiffuseur public rende des comptes au public? Que peut-on faire pour donner au public l'impression qu'il en a pour son argent?

**Mme Logan:** Le radiodiffuseur public rend des comptes par l'intermédiaire du CRTC. Tout le monde peut se plaindre au CRTC. Les mécanismes permettant de rendre des comptes sont meilleurs que pour la plupart des médias au pays. Il y a là l'un des seuls protecteurs du citoyen au pays, qui fait un excellent travail et qui répond diligemment et avec beaucoup de soin à toutes les plaintes.

They probably could do more. For instance, I read just in this morning's paper that tomorrow, in Toronto, the foreign correspondents are having a day-long session where people can go and interact with the correspondents. That is great for the people in Toronto, but more of that needs to happen across the country. They do have annual sessions where the public is invited. However, to be honest, that is more of a "meet and greet" than it is dealing with serious issues.

I am not as concerned about the lack of accountability at the public sector as I am in the private sector. The public sector, because of the ombudsman and the CRTC, perhaps is more accountable than the private.

**Senator Merchant:** I am sure you are correct, but the public perception is that they do not have a say in how the CBC is run. It takes a bit of engagement and sophistication. People complain, but they do not do anything about it. May I tell what you they do? They do not listen to it. They just do not listen to the CBC. They say, "I do not listen to it. When I listen to it, I get angry, so I do not tune in. Why should I put tax dollars into that broadcaster?"

It is a frustration that people feel. I do not know what the answer is.

**Ms. Logan:** I grant you that there should be a broader spectrum. Diversity is just as important in the public sector as it is in the private sector. That is what I was trying to say in my remarks. This integration of a news department is not something that will provide a greater diversity of voices. It will lead to fewer voices and there is some danger in that. That is a change that needed discussion with the public, and it did not happen.

**The Chairman:** You mentioned a student's study on how young people consider news. I was struck by your comment that people in their early twenties go to the net for news because they have grown up wanting news when they want it and not wanting to pay for it. Mother-in-law research, child research, suggests that you are right. All the young people I know, indeed most of the not-so-young people I know, would like to get their news for free.

However, the basis of that Canadian model to which you refer has been that people pay for news except for the CBC. All those Internet sites are provided by sources where people pay. If the young are truly no longer willing to pay for news and remain unwilling to pay for news as they age and the rest of us disappear, what does that mean?

Have you thought about the implications of those preferences for the Canadian model?

**Ms. Logan:** Of course I have. That does not mean that I have an answer. I suspect that it will not always be free on the Net. I believe that the Internet will become the vehicle of distribution for

On pourrait probablement en faire davantage. Ainsi, je viens de lire dans le journal de ce matin que demain, à Toronto, les correspondants étrangers vont tenir toute la journée une séance de discussion ouverte à tout le monde. C'est une excellente initiative pour la population de Toronto, mais il en faudrait davantage dans tout le pays. Il y a effectivement des séances annuelles où le public est invité. Il faut bien reconnaître, toutefois, que ce sont davantage des rencontres informelles que de véritables séances de travail sur des sujets sérieux.

Je suis moins préoccupé par le secteur public que par le secteur privé lorsqu'il s'agit de rendre des comptes. Le secteur public, en raison de la présence du protecteur du citoyen et du CRTC, rend peut-être davantage de comptes que le secteur privé.

**Le sénateur Merchant:** Je suis sûre que vous avez raison, mais le public a l'impression qu'il n'a pas son mot à dire dans l'administration des affaires de la SRC. Il faut davantage s'impliquer et faire preuve d'un peu plus d'ingéniosité. Les gens se plaignent, mais ils ne font rien. Puis-je vous dire ce qu'ils font? Ils n'écoutent plus. Ils se contentent de ne plus écouter la SRC. Ils nous disent: «Je ne l'écoute pas. Lorsque je l'écoute, je m'énervé, et je ferme donc le poste. Pourquoi devrais-je subventionner avec mes impôts ce radiodiffuseur?»

C'est un sentiment de frustration chez ces gens. Je ne sais pas quelle est la réponse.

**Mme Logan:** Je conviens avec vous que l'éventail d'opinions devrait être plus large. La diversité est tout aussi importante dans le secteur public que dans le secteur privé. C'est ce que je voulais faire comprendre dans mon exposé. L'intégration d'un service de nouvelles n'est pas de nature à favoriser une plus grande diversité d'opinions. Il y aura moins de voix qui s'exprimeront, ce qui présente un risque. C'est un changement dont il aurait fallu discuter avec le public, ce qui ne s'est pas produit.

**La présidente:** Vous nous avez parlé d'une étude faite par un étudiant concernant la façon dont les gens s'informent au sujet des nouvelles. J'ai été frappée par le fait que vous nous avez fait observer que les jeunes au début de la vingtaine consultaient les nouvelles sur Internet parce qu'ils avaient pris l'habitude d'en prendre connaissance quand ils en avaient besoin et sans avoir à payer. Toutes les remarques empiriques que l'on peut faire démontrent que vous avez raison. Tous les jeunes que je connais, et en fait la plupart des moins jeunes, veulent pouvoir consulter les nouvelles gratuitement.

Toutefois, dans le modèle canadien que vous avez évoqué, le public paye pour consulter les nouvelles, à l'exception de celles de la SRC. Tous ces sites Internet proviennent de sources pour lesquelles le public paye. Si les jeunes ne veulent véritablement plus payer pour consulter les nouvelles et s'ils conservent cet état d'esprit en vieillissant alors que les plus vieux ne seront plus là, que va-t-il se passer?

Avez-vous étudié les implications de ces choix sur le modèle canadien?

**Mme Logan:** Oui, bien entendu. Cela ne signifie pas pour autant que j'ai une réponse. J'imagine que les nouvelles sur Internet ne seront pas toujours gratuites. Je pense qu'Internet



newspapers. I believe that will happen more and more. I think in the future there will still be a print version of the paper for the few people who want to read it that way, but distribution will gravitate to the Internet. As that happens, then I would think free access to all of those sites would end. The advertising will shift. You heard from previous witnesses about classified advertising shifting to the Internet. As that happens, it seems to me that it will no longer be free. This study, at this moment in time, says that students want their information free. I know that is true from just observing them.

**The Chairman:** One of our previous witnesses referred to some academic work that had been done and suggested that there is uniformity in the way journalism schools teach journalists about what news is and that if there are inadequacies or gaps in the way news is covered and transmitted to the public, it is in part because journalists are getting the same training. I do not think he was talking about ideology here — right wing versus left wing; I thought he was talking more about craft rules. The instinctive judgment about what is a story worth covering and what is not. How do you go about covering it and how you do not? Do you think that is true? If so, what should we do about it?

**Ms. Logan:** Well, I heard the statement. One of the things that annoys me about discussion of journalism schools is that they are lumped together as if they were all the same; they are not. There are a lot of journalism programs in community colleges. There are a lot of undergraduate programs, and there are a few graduate programs in this country. They are all very different. If you are suggesting that everybody believes that the news is the news — as I was once told by one of my editors — then there is a problem.

I have always believed in questioning the traditional definition of news, and I think it has evolved and changed. It needs to change again. Certainly, in our courses, we question traditional definitions of news and traditional ways of covering news. Adding context is very big on our agenda. It is kind of unfair to make a statement blanketing all journalism schools. There are journalism schools; and there are journalism schools. One of the ways of judging who is doing a good job and who is not, I guess, is to look at the graduates and see how they are doing.

**The Chairman:** Then you plead not guilty?

deviendra le moyen de distribution des journaux. J'estime que c'est ce qui va se passer de plus en plus. Je considère qu'à l'avenir il y aura toujours une version imprimée du journal pour les quelques personnes qui voudront encore le consulter de cette manière, mais que la distribution s'orientera vers Internet. Lorsqu'il en sera ainsi, je pense qu'il n'y aura plus de possibilité d'accès gratuit à ces sites. La publicité va changer de support. Vous avez entendu des témoins précédents vous dire que les annonces classées sont en train de changer de support pour passer sur Internet. Dans cas, il m'apparaît qu'elles ne pourront plus être gratuites. Cette étude nous révèle qu'actuellement les étudiants veulent s'informer gratuitement. Je sais que c'est vrai simplement en les observant.

**La présidente:** L'un de nos témoins précédents a parlé de certaines études universitaires qui ont montré qu'il y avait une certaine uniformité dans la façon dont les écoles de journalisme apprenaient à leurs étudiants en quoi consistait une nouvelle et que s'il y avait des lacunes ou des insuffisances concernant la couverture de l'actualité ou la transmission des nouvelles au public, c'est en partie parce que les journalistes reçoivent tous la même formation. Je ne pense pas qu'il parlait ici d'idéologie — la droite contre la gauche; je pense qu'il se référait davantage aux règles du métier. Il y a un jugement instinctif qui fait que l'on considère qu'une nouvelle est digne ou non de mention. Comment savoir ce que l'on doit couvrir et ce qu'on doit écarter? Pensez-vous que cette analyse est juste? Dans l'affirmative, que doit-on faire?

**Mme Logan:** En effet, j'ai pris connaissance de cette déclaration. Ce qui me dérange, entre autres, lorsqu'on discute des écoles de journalisme, c'est qu'on les met toutes dans le même panier comme si elles étaient toutes les mêmes, ce qui n'est pas le cas. Il y a une quantité de programmes d'étude du journalisme dans les collèges communautaires. Il y a une quantité de programmes au-dessous de la maîtrise et quelques programmes de maîtrise dans notre pays. Ils sont tous très différents les uns des autres. Si vous voulez me dire par là que tout le monde estime qu'une nouvelle est une nouvelle — comme me l'a dit à une occasion l'un de mes rédacteurs en chef — il y a alors un problème.

J'ai toujours considéré qu'il fallait remettre en cause la définition traditionnelle des nouvelles, et je crois qu'elle a changé et évolué. Il faut qu'elle change encore. Nous ne manquons pas, dans nos cours, de remettre en question les définitions traditionnelles des nouvelles et les façons traditionnelles de les couvrir. Il est très important à nos yeux de tenir compte du contexte. Une déclaration qui met dans le même sac toutes les écoles de journalisme m'apparaît assez injuste. Il y a différentes écoles de journalisme; il ne faut pas toutes les confondre. L'une des façons de juger qui fait ou non un bon travail, j'imagine, est de regarder ce que font par la suite les diplômés.

**La présidente:** Vous plaidez donc non coupable?

**Ms. Logan:** I teach some traditional news values and traditional news structures, but one of the reasons I am there is that I believe the definition of news needs to be re-examined.

**Senator Phalen:** In a recent interview, you suggested that this committee could look at the concentration of ownership and how bad it is, and that we can make recommendations for banning cross-ownership. It has been 20 years since the two larger dailies in Vancouver have come under the same ownership. I am wondering if you could give us some concrete examples of what problems that has caused?

**Ms. Logan:** I do not know what interview you are citing, because I do not remember saying that.

**The Chairman:** Perhaps you could address yourself to the fundamental issue of living in Vancouver.

**Ms. Logan:** In Vancouver, as I am sure you are all aware, both dailies — the *Vancouver Sun* and the *Vancouver Province* — and the largest television station, CH TV are owned by CanWest Global. The acquisition of the television station is relatively recent, but the situation with the daily newspaper, as you pointed out, has existed for some 20 years. I think it is longer than that; I believe it was actually one of the reasons that the Kent Commission was set up.

There is no problem on the television side. There is plenty of choice on the television side because you have CBC, CTV, and Citytv, which is the CHUM operation; then there are all of the other stations that I mentioned earlier on the ethnic side. The choice in television is there.

The problem is in print — in having one owner of two papers essentially espousing similar views. The papers are different; they have different audiences. There is no question about that. However, in terms of their outlook and political leaning, they speak with one voice. That is a problem. I mentioned that we have the *Georgia Straight*, which does a very good job, but it is a weekly. The number of choices in print is small.

Print is not the major source of news for most people in Vancouver. The numbers of the circulation, as I mentioned, is trending down and that situation does lead to frustration. For example, the referendum on the Olympics, both the *Vancouver Province* and the *Vancouver Sun* were overwhelmingly in favour of this event — they were almost cheerleading. The people who were against it — and there were a considerable number — were frustrated because they felt they could not get the coverage. They did not have an outlet in print that could represent their views to the public. That is the kind of situation that comes up frequently.

**The Chairman:** We did find the transcript of the CBC Radio interview on May 13. According to the transcripts we have, you were saying that we should travel and do some research. We should, “Get out here to Vancouver, because it is refuted to be the

**Mme Logan:** J’enseigne certaines valeurs et certaines structures traditionnelles en ce qui a trait aux nouvelles, mais l’une des raisons pour lesquelles je suis ici, c’est parce que je crois que nous avons besoin de revoir la définition des nouvelles.

**Le sénateur Phalen:** Lors d’une entrevue récente, vous avez laissé entendre que notre comité devrait se pencher sur la concentration de la propriété et se demander à quel point elle est pernicieuse, et faire des recommandations interdisant les participations croisées. Voilà 20 ans que les deux plus gros quotidiens de Vancouver appartiennent au même propriétaire. J’aimerais que vous nous donniez des exemples concrets qui témoignent des difficultés rencontrées.

**Mme Logan:** Je me demande à quel entrevue vous vous réferez, parce que je ne me souviens pas d’avoir dit cela.

**La présidente:** Vous pourriez peut-être répondre à la question de fond concernant l’information à Vancouver.

**Mme Logan:** À Vancouver, comme vous le savez certainement, les deux quotidiens — le *Vancouver Sun* et le *Vancouver Province* — ainsi que la principale station de télévision, CH TV, sont la propriété de CanWest Global. L’acquisition de la station de télévision est relativement récente, mais en ce qui concerne les quotidiens, comme vous venez de le signaler, la situation existe depuis une vingtaine d’années. Je pense d’ailleurs que cela fait plus longtemps que cela; je crois que c’est en fait une des raisons pour lesquelles on a institué la Commission Kent.

Le problème ne se pose pas en matière de télévision. Il y a une grande possibilité de choix en ce qui concerne les stations de télévision étant donné que l’on peut regarder CBC, CTV, et Citytv, qui est le service de CHUM; enfin, il y a aussi toutes les autres stations dont j’ai parlé sur le plan ethnique. En matière de télévision, on a le choix.

Le problème, c’est la presse — un seul propriétaire ayant deux journaux qui expriment à peu près le même point de vue. Ces journaux sont différents; ils s’adressent à des clientèles différentes. C’est indéniable. Toutefois, en ce qui concerne leurs perspectives et leurs orientations politiques, ils parlent d’une seule voix. Le problème est là. J’ai évoqué le *Georgia Straight*, qui fait un excellent travail, mais c’est un hebdomadaire. Il n’y a pas beaucoup de choix pour ce qui est de la presse.

La presse est la principale source de nouvelles pour la plupart des gens à Vancouver. La diffusion de ces journaux, comme je vous l’ai indiqué, est à la baisse, et cela entraîne effectivement des frustrations. Ainsi, lors du référendum sur les jeux olympiques, le *Vancouver Province* comme le *Vancouver Sun* étaient résolument en faveur de cet événement — ils en faisaient pratiquement la réclame. Les gens qui étaient contre — et ils étaient nombreux — se sont sentis frustrés parce qu’ils n’avaient pas l’impression de pouvoir se faire entendre. Ils n’avaient personne pour représenter leur point de vue dans la presse. C’est le genre de situation que l’on retrouve fréquemment.

**La présidente:** Nous avons bien retrouvé la transcription de l’entrevue que vous avez donnée à la radio de CBC le 13 mai. Selon cette transcription, vous nous demandiez de voyager et de faire des recherches. Il nous fallait: Aller à Vancouver, parce que



most concentrated ownership across the country ... If they are interested in that they ought to be here seeing it first hand." You said, "They can look at the situation and try to determine how bad it is. They can also make recommendations for banning cross-ownership, for example."

I do not think you meant that necessarily as a recommendation. I think you were discussing the range of possibilities open to the committee, but nobody made up those words.

**Ms. Logan:** No, it was implied that I was advocating a ban on cross-ownership, which I was not.

**Senator LaPierre:** Madam, you had two things here. I should like to return to section 2(b) of the Canadian Charter of Rights and Freedoms. In order for me to have freedom of opinion, I must have access to a diversity of opinion. The Internet, of course, will provide me access to many forms of information. However, a great number of our people — perhaps a majority — do not have ready access to a computer. Second, many people do not know how to use a computer.

Furthermore, the broadband policy of the federal government, which was to cover all but 5 per cent of the country with a low satellite that everyone could access, appears to have diminished. Consequently, I think that the Internet — even though I do believe in it — is part of the future. We will have to deal with the fact that we are lacking that tool as a kind of universal national instrument at this particular moment. However, that is not what I need to talk to you about.

Most people have derided Patrick Watson for his public newspaper idea. They have argued that the CBC is there and all they have to do is to go to it. Furthermore, they have contended that print media is a sort of a sacred cow that no one can touch because it is there in the middle of the square and all you have to do is bow your head in respect towards it. I refuse to accept this idea.

You are disturbed by the fact that CBC radio and television are limiting a variety of news and expression of opinion because it is done largely for the news audience. Furthermore, we know that in many instances now in the writing press that the journalists sit down and write an article, then they go to the make-up room and put on make-up and they become a television star. They condense their article in a minute-and-a-half clip. That should be forbidden.

It seems to me that the print media is controlled through various laws that we already have. What is wrong with having a public newspaper, supported by Canadian taxpayers, available as another source of opinion that may differ dramatically from that expressed by the CBC? In other words, the purpose of our exercise in exercising our freedom of press is to increase the instruments that can propagate, not limit, ideas.

l'on dit que c'est là que l'on trouve la plus forte concentration de la propriété au pays... Si ce sujet les intéresse il faut qu'ils aillent voir sur place.» Vous avez ajouté: «Ils pourront se pencher sur la situation et juger à quel point elle est pernicieuse. Ils pourront aussi faire des recommandations pour interdire les participations croisées, par exemple.»

Je ne pense pas que vous considériez nécessairement cela comme une recommandation. J'ai l'impression que vous évoquiez tout un éventail de possibilités qui s'offraient au comité, mais personne n'a inventé ces mots.

**Mme Logan:** Non, on a laissé entendre que j'étais en faveur d'une interdiction des participations croisées, ce qui n'est pas le cas.

**Le sénateur LaPierre:** Madame, il y a deux choses ici. J'aimerais en revenir à l'alinéa 2b) de la Charte canadienne des droits et libertés. Pour pouvoir jouir de la liberté d'opinion, il me faut avoir accès à une diversité d'opinions. Grâce à Internet, bien entendu, je pourrais avoir accès à différents types d'information. Toutefois, une grande partie de notre population — peut-être la majorité — n'a pas facilement accès à un ordinateur. En second lieu, bien des gens de ma connaissance ne savent pas se servir d'un ordinateur.

De plus, la politique de diffusion sur large bande du gouvernement fédéral, qui devait couvrir 95 p. 100 du pays à l'aide d'un satellite placé sur orbite basse auquel tout le monde aurait pu avoir accès, semble être sur le déclin. Par conséquent, je considère qu'Internet — même si j'y crois — est la voie de l'avenir. Il nous faudra tenir compte du fait que nous ne pouvons pas disposer de cet instrument national universel en ce moment. Toutefois, ce n'est pas de cela dont je voulais vous parler.

La plupart des gens se sont moqués de Patrick Watson et de son projet de journal public. On a allégué que l'on disposait déjà de la SRC et que cette société n'avait qu'à s'en charger. De plus, on a affirmé que la presse écrite était en quelque sorte une vache sacrée que l'on ne pouvait pas toucher parce qu'elle se trouvait au centre de l'échiquier et qu'il suffisait de l'adorer en courbant la tête. Je refuse cette idée.

Vous vous inquiétez du fait que la radio et la télévision de la SRC limitent la diversité des nouvelles et l'expression des opinions parce qu'elles s'adressent en grande partie à un auditoire qui attend des nouvelles. De plus, nous savons que bien souvent les journalistes qui sont aujourd'hui dans les salles de presse s'assoient pour rédiger un article puis se rendent dans la salle de maquillage pour jouer ensuite les vedettes de télévision. Ils condensent tout un article en un bulletin d'une minute et demie. On devrait l'interdire.

Il m'apparaît que la presse écrite est contrôlée par différentes lois qui existent déjà. Qu'y a-t-il de mal à ce qu'un journal public, financé par les contribuables canadiens, soit mis sur le marché pour exprimer des opinions susceptibles d'être très différentes de celles de la SRC? Autrement dit, pour exercer la liberté de la presse, il convient de multiplier les supports afin de propager davantage d'idées plutôt que de les limiter.

I think that Patrick Watson is a genius; he has made one of the most important recommendations to this committee so far.

**Ms. Logan:** I assume there is a finite amount of government funding that can go into the public sector of the media in this country. Given the fact that we have a broadcaster that is hobbled at this moment, I would be reluctant to support the idea of a public newspaper, even if I agreed in principle that it was a good idea.

I do not think we can afford it; that is my first point. Second, CBC has the potential to be that newspaper, but I believe that the CRTC was on to something when they forced the private sector to keep its management structures separate. I think the same applies to the CBC: If they are going to be in multimedia — in broadcasting, Internet, radio and television — if want to share their reporters — and forgive me if a print reporter wants to be a television personality — I do not see a lot wrong with that as long as it is managed separately. It is separate and distinct.

There is some advantage in having reporters use more than one medium for routine stories. It frees up other reporters to cover other stories that are ignored. It would be great if it worked that way; unfortunately, it does not. When they combing resources in the private sector, they shoot the other person out the door. That may be a function of the economic climate in which we find ourselves. Perhaps if it improved that would not happen.

On routine stories, I do not have a problem with using one reporter to do “bimedial” stories. If it meant that would broaden the news agenda — which is something I would dearly love to see happen — then it would be a good thing.

**The Chairman:** I thought it would be useful for our television audience to read the text of section 2 of the Canadian Charter of Rights and Freedoms to which Senator LaPierre referred, for those who do not happen to have it. Section 2 says:

Everyone has the following fundamental freedoms:

- (a) freedom of conscience and religion;
- (b) freedom of thought, belief, opinion and expression, including freedom of the press and other media of communication;
- (c) freedom of peaceful assembly; and
- (d) freedom of association.

**Senator Graham:** I am wondering if we could address a more practical question. That is, what is your assessment of the coverage of the war in Iraq by the Canadian media?

**Ms. Logan:** Are you referring specifically to the embedded reporters?

Je considère que Patrick Watson est un génie; il a présenté à notre comité l'une des recommandations les plus importantes qui ait été faite jusqu'à présent.

**Mme Logan:** Je pars du principe qu'il n'y a qu'un montant limité de crédits que le gouvernement peut consacrer à la propriété publique des médias dans notre pays. Étant donné que nous avons pour le moment un radiodiffuseur en difficulté, je n'aime pas beaucoup l'idée qu'on puisse lancer un journal financé par des fonds publics, même si je suis d'accord en principe pour dire que c'est une bonne idée.

Je ne pense pas que nous ayons les moyens de le faire; c'est la première chose. En second lieu, la SRC peut devenir en puissance ce journal, mais je crois que le CRTC était dans le vrai lorsqu'il a obligé le secteur privé à maintenir distinctes ses structures de gestion. Je crois qu'il en va de même pour la SRC: si on en fait une entreprise multimédia — radiodiffuseur, Internet, radio et télévision — si l'on veut que ses journalistes passent de l'un à l'autre — vous m'excuserez, mais si l'on veut qu'un journaliste de la presse devienne une personnalité de la télévision — je n'y vois pas vraiment d'inconvénient à condition que tout soit géré séparément. Il faut que ce soient des services séparés et distincts.

L'emploi de plusieurs médias par les journalistes pour transmettre des reportages courants présente un certain nombre d'avantages. Les autres journalistes deviennent alors libres de couvrir d'autres sujets qui sont méconnus. Ce serait magnifique si les choses se passaient de cette manière; malheureusement, ce n'est pas le cas. Lorsqu'on intègre les ressources au sein du secteur privé, la personne en trop est mise à la porte. C'est éventuellement une conséquence du climat économique dans lequel nous vivons. Si on améliore la situation, ça ne se passera peut-être pas ainsi.

Pour les reportages courants, je ne vois aucun inconvénient à ce qu'un journaliste passe sur deux médias. S'il en résultait une plus grande ouverture de l'information donnée aux nouvelles — événement auquel je serais très heureuse d'assister — ce serait alors une bonne chose.

**La présidente:** J'ai pensé qu'il serait bon pour nos téléspectateurs qu'on leur lise le texte de l'article 2 de la Charte canadienne des droits et libertés, auquel s'est référé le sénateur LaPierre, pour ceux qui ne l'ont pas. L'article 2 dispose:

Chacun a les libertés fondamentales suivantes:

- a) liberté de conscience et de religion;
- b) liberté de pensée, de croyance, d'opinion et d'expression, y compris la liberté de la presse et des autres moyens de communication;
- c) liberté de réunion pacifique;
- d) liberté d'association.

**Le sénateur Graham:** J'aimerais que l'on se pose une question plus pratique. En l'occurrence, que pensez-vous de la façon dont les médias canadiens ont couvert la guerre en Irak?

**Mme Logan:** Est-ce que vous parlez précisément des journalistes embarqués avec l'armée?



**Senator Graham:** Both. We had many embedded reporters from Canada. It seems to me they were freelancing in their method of operation.

**Ms. Logan:** Are you referring to all media — print, radio and television?

**Senator Graham:** Earlier, you talked about how the CBC is too stretched to counterbalance budgeting the private sector. It seems to me they did very well in stretching during the coverage of the war.

**Ms. Logan:** Oh, yes. I would agree with that.

However, because I worked there and managed the budgets, I found myself wondering what would not get covered as a result of the money that had to be spent doing a good job on the Iraq war. One of the things that always amazed me is we had no war chest — or at least CBC did not in those days, and I am assuming they still do not. When something like this comes along and it requires extraordinary expenditure, then everything else suffers. While I agree that a good job was done, I think it would probably be at the expense of a lot of other stories.

**Senator Graham:** Is this your assessment on the coverage generally by other Canadian media outlets and print in addition to the CBC? Did you follow it that much?

**Ms. Logan:** Of course, I did. I think by and large, that the Canadian media did a good job.

I did say earlier that I think you have to look at a lot of television and read a lot of newspapers before you get a total picture.

CanWest Global provided an example of where convergence worked. They used a lot of the print reporters on the television reports. Their coverage, on television in particular, was much enhanced by having the accessibility to the print people. Similarly, *The Globe and Mail* did a very good job. I certainly could quibble with some of it, but generally, I thought that the Canadian media acquitted itself very well.

You have not asked me about foreign ownership, but I found myself wondering, as I observed the coverage of the war, what it might have been like had the papers and the television networks in Canada been American owned.

**Senator Graham:** I would have asked if that were the case.

**The Chairman:** Professor Logan, this has been extremely interesting. Thank you very much. As you can see, we are frustrated that we have to cut this section off now. That is just the way committee life works. I expect we will be in touch with you again when we get to Vancouver.

**Ms. Logan:** You are most welcome.

**Le sénateur Graham:** Nous avons de nombreux journalistes embarqués au Canada. Il me semble qu'ils opéraient de façon tout à fait indépendante.

**Mme Logan:** Parlez-vous de l'ensemble des médias, la presse, la radio et la télévision?

**Le sénateur Graham:** Vous nous avez dit tout à l'heure que les moyens de la SRC étaient trop limités pour qu'elle puisse concurrencer le secteur privé. Il me semble qu'elle a très bien su trouver les moyens de couvrir la guerre.

**Mme Logan:** Oui, effectivement. Je suis d'accord avec vous sur ce point.

Toutefois, étant donné que j'ai travaillé et que j'ai géré des budgets dans cette société, je me suis demandé quels étaient les sujets qui n'allaient pas être couverts du fait de tout l'argent qui a été dépensé pour faire cet excellent travail en ce qui a trait à la guerre en Irak. Ce qui m'a toujours étonnée, c'est que nous n'avions pas de trésor de guerre — du moins ce n'était pas le cas à la SRC à l'époque, et je suppose que la situation n'a pas changé. Lorsque survient un événement de ce genre qui exige des dépenses extraordinaires, tout le reste souffre en conséquence. Certes, je conviens que l'on a fait là un excellent travail, mais je pense que c'est probablement au détriment de bien d'autres sujets.

**Le sénateur Graham:** Est-ce que vous considérez que de manière générale, les autres médias canadiens, en dehors de la SRC, ont fait un bon travail? Est-ce que vous avez suffisamment suivi la chose?

**Mme Logan:** Bien sûr, je l'ai suivie de près. Je considère que de manière générale les médias canadiens ont fait un bon travail.

Je vous ai dit précédemment qu'à mon avis il fallait voir beaucoup de télévision et lire beaucoup de journaux pour se faire une idée générale.

CanWest Global a donné un bon exemple de convergence. Elle a fait largement appel aux journalistes de la presse dans les émissions de télévision. Sa couverture des événements, à la télévision notamment, a été largement rehaussée par la présence des journalistes de la presse. De son côté, le *Globe and Mail* a fait un excellent travail. Je pourrais toujours trouver à redire par-ci par-là mais, en règle générale, j'ai estimé que les médias s'étaient très bien acquittés de leur mission.

Vous ne m'avez pas interrogée au sujet de la propriété étrangère, mais je me suis demandé, en observant la couverture des événements pendant la guerre, ce qui se serait passé si les journaux et les chaînes de télévision avaient été au Canada la propriété des Américains.

**Le sénateur Graham:** Je vous aurais alors posé la question.

**La présidente:** Madame Logan, ce fut très intéressant. Je vous remercie. Comme vous pouvez le constater, nous regrettons de devoir interrompre cette partie de la séance. C'est toutefois le sort qui est réservé aux comités comme le nôtre. J'espère que nous nous reverrons lorsque nous serons à Vancouver.

**Mme Logan:** C'est moi qui vous remercie.

[Translation]

**The Chair:** I welcome our next witnesses, Mr. Neil Seeman and Mr. Patrick Luciani, from the Fraser Institute of Vancouver.

[English]

Mr. Luciani is a Senior Fellow at the Institute. Mr. Seeman is the Director of the Canadian Statistical Assessment Service, which is operated by the Institute. It is my understanding that Mr. Seeman will make the introductory statement and that Mr. Luciani is here to participate in the question period that will follow that. Thank you both very much for joining us today.

**Mr. Neil Seeman, Senior Policy Analyst and Director, Canadian Statistical Assessment Service, The Fraser Institute:** It is a pleasure to have the opportunity to meet with you today. I am greatly honoured by the invitation. I would like to introduce my colleague, Patrick Luciani, who is a senior fellow at the institute. He is also an economist and is affiliated with Massey College at the University of Toronto.

I come to you in my position as Director of the Canadian Statistical Assessment Service, which is a project of The Fraser Institute and operates out of the institute's new offices in Toronto. A large part of our mandate is to encourage better coverage of public policy issues in the media, specifically, by studying how the media report on empirical research and communicate quantitative information. We also offer seminars to journalists and journalism students across the country. We work with an independent advisory board of economists, statisticians, scientists, epidemiologists, and other researchers in a wide variety of fields. I encourage those of you who are interested to visit our Web site, through which we disseminate some of our research, at [www.canstats.org](http://www.canstats.org).

There is nothing quite like us in Canada. We are modelled after a similar organization, the Statistical Assessment Service in Washington, D.C., which is affiliated with the Center for Media and Public Affairs there. That group has been very successful in promoting the accurate use of statistics in the U.S. media.

The Institute decided to launch my particular project last year because we felt that the pace of policy development — as you no doubt appreciate — is extremely slow and yet the speed of the media today is extremely fast, and increasingly faster in this age of the Internet. Accordingly, a lot of public policy research gets badly misrepresented in the press.

Sometimes important research gets overlooked. I have tried to track this — and the three background articles I have provided get at this — by studying empirically the gap between what experts in different fields consider important and what journalists feel is important. Much of the time, there is insufficient nuance given to news stories, such that critical qualifications are not included when broadcasting the research. This is not always just a

[Français]

**La présidente:** Je souhaite la bienvenue à nos prochains témoins, M. Neil Seeman et M. Patrick Luciani de l'Institut Fraser de Vancouver.

[Traduction]

M. Luciani est associé principal à l'Institut. M. Seeman est directeur du Canadian Statistical Assessment, service qui est géré par l'Institut. Je crois savoir que c'est M. Seeman qui va présenter l'exposé et que M. Luciani l'aidera ensuite à répondre aux questions. Je vous remercie d'être venus aujourd'hui.

**M. Neil Seeman, analyste principal de la politique et directeur, Canadian Statistical Assessment Service, Institut Fraser:** C'est un grand plaisir pour moi que d'avoir l'occasion de vous rencontrer aujourd'hui. Je suis très honoré de votre invitation. Je tiens à vous présenter mon collègue, Patrick Luciani, qui est associé principal à l'Institut. C'est aussi un économiste agrégé au Collège Massey de l'Université de Toronto.

Je suis venu en ma qualité de directeur du Canadian Statistical Assessment Service, projet de l'Institut Fraser fonctionnant à partir des nouveaux bureaux de l'Institut à Toronto. Notre mandat consiste en grande partie à encourager les médias à mieux couvrir les questions de politique publique en étudiant plus particulièrement la façon dont ils font état des recherches empiriques et communiquent les renseignements d'ordre quantitatif. Nous proposons également des ateliers aux journalistes et aux étudiants en journalisme un peu partout au pays. Nous travaillons avec un conseil consultatif autonome constitué d'économistes, de statisticiens, de savants, d'épidémiologistes et de chercheurs dans tout un éventail de domaines. J'encourage les intéressés à consulter notre site web, à l'adresse [www.canstats.org](http://www.canstats.org), où nous diffusons certains des résultats de nos recherches.

Nous sommes un organisme unique en son genre au Canada, modelé sur son homologue américain, le Statistical Assessment Service de Washington, qui est affilié dans ce pays au Center for Media and Public Affairs. Ce groupe a réussi remarquablement bien à promouvoir un usage exact des statistiques par les médias américains.

La raison pour laquelle l'Institut a décidé de changer ce projet en particulier l'an dernier tient au fait que le rythme d'élaboration des politiques — comme vous le savez sans doute — est extrêmement lent, et que pourtant les médias réagissent extrêmement rapidement, et de plus en plus vite en cette ère d'Internet. Il résulte d'un tel état de fait que la presse présente souvent mal le produit des recherches portant sur les politiques publiques.

Il arrive parfois que des recherches importantes passent inaperçues. J'ai cherché à obtenir des renseignements sur le sujet — et les trois articles de fond que j'ai fournis l'illustrent bien — en étudiant empiriquement l'écart entre ce que divers spécialistes et les journalistes jugent important. Bien souvent, les seconds manquent de nuance, en omettant par exemple des précisions d'une importance critique au moment de faire connaître le fruit de



problem in instances of health reporting or science reporting. Economics reporting and commentary are especially rife with statistical errors. The portrayal of complex research often dwindles into a kind of public-policy entertainment, where extremists on both sides are given voice to spout an opinion. So-called "poll-driven news" is becoming more and more common, with news media commissioning a small sample or web-based poll, running news of the poll and then editorializing on the poll's findings.

Most disturbing of all, perhaps, is my strong suspicion that in many cases, researchers will now refuse to deal with the media at all for fear that their research will be misrepresented. As has been well documented by researchers such as the University of Southern California's Dr. Barry Glassner, the media tend to overestimate findings that generate fear. Urban myths are sometimes generated out of whole cloth — for instance, the idea that dozens of children every year die of poisoned candy on Halloween, or the infamous *New York Times* report of many years ago suggesting that men have a greater tendency to beat their girlfriends on SuperBowl Sunday.

Research studies have shown that studies that find positive risk correlations — for example, preliminary studies in the early 1990s that silicone implants are positively correlated with breast cancer — are far more heavily covered than research that finds negative risk correlations such as the 1999 National Academy of Sciences' report finding that silicone implants do not cause cancer. When a risk association is found, as in the case of last year's published study on hormone replacement therapy for women, the risks tend to be wildly exaggerated in appearance, because the media tend to concentrate on increased relative risk. In this case, there was a 50 per cent elevation in risk when the therapy was used in conjunction with a certain combination of drugs. The media frequently fail to report that the absolute risk increase may be so tiny as to be irrelevant. These sorts of findings are more interesting to me intellectually than the traditional media scholarship, which looks at instances of bias in the media.

I come at this project as a former journalist myself. I was a founding member of the editorial board of the *National Post*, where I was responsible for a number of matters, including handling complaints, meeting with members of the public and readers on a regular basis. Before that, I was a lawyer, and then I went on to take graduate training in epidemiology and biostatistics.

I have found that, although we often hear people talking about media bias, the bigger complaint most people have of the media today is that journalists often get things wrong. This is not just a matter of the light being red and journalists are reporting that it is off red or pink. It can be a matter of the light being red and the

certaines recherches. Ce n'est pas uniquement dans le domaine de la santé ou des sciences. Les reportages et les commentaires d'ordre économique sont particulièrement sujets aux erreurs statistiques. Le compte rendu d'études complexes dégénère souvent en véritable cirque politique, les extrémistes des deux camps ayant l'occasion de faire entendre leurs voix. Il est de plus en plus courant de «faire des nouvelles à partir des sondages», les médias interrogeant un petit échantillon de lecteurs, d'auditeurs ou d'utilisateurs de l'Internet, rendant compte du sondage et faisant des commentaires à son sujet.

Ce qui est peut-être encore plus inquiétant, c'est que j'ai la forte impression que dans bien des cas, les chercheurs refusent désormais d'avoir tout contact avec les médias de peur que leurs recherches soient mal interprétées. Comme l'ont bien prouvé des chercheurs comme Barry Glassner, de l'Université de la Californie du Sud, les médias ont tendance à accorder une importance exagérée aux conclusions qui suscitent un climat de crainte. Les mythes apparaissent souvent comme par magie — comme l'idée que des douzaines d'enfants chaque année meurent d'empoisonnement à l'Halloween, ou encore l'article de triste mémoire publié par le *New York Times* il y a bien des années pour dire que les hommes avaient davantage tendance à battre leur petite amie le dimanche du SuperBowl.

Les recherches ont prouvé que les études scientifiques qui montrent des corrélations de risque — par exemple, au début des années 90, celles qui avaient tendance à montrer que les implants en silicone causent le cancer du sein — font l'objet d'une couverture médiatique beaucoup plus importante que celles indiquant des corrélations d'absence de risque, comme l'étude publiée en 1999 par l'Académie nationale des sciences pour dire que les implants en silicone ne causaient pas le cancer. Lorsqu'une association est découverte, comme cela a été le cas l'an dernier à propos d'une étude portant sur le traitement hormonal substitutif, on exagère de beaucoup les risques, les médias ayant tendance à se concentrer sur la hausse du risque relatif. Dans ce cas, il y avait une augmentation de 50 p. 100 des risques lorsqu'on combine la thérapie à un certain nombre de médicaments. Les médias oublient souvent de faire état du fait que l'augmentation du risque absolu est si infime qu'elle ne signifie rien. Ce type de conclusions est beaucoup plus intéressant pour moi intellectuellement que les études plus théoriques sur les médias, portant notamment sur les préjugés.

J'aborde la question en tant qu'ancien journaliste. J'ai été membre fondateur du conseil de rédaction du *National Post*, où j'étais chargé d'un certain nombre de dossiers, notamment des plaintes, ce qui m'a amené à rencontrer régulièrement des membres du public et des lecteurs. Auparavant, j'étais avocat, puis j'ai suivi une formation de deuxième cycle en épidémiologie et en biostatistique.

J'ai découvert que ce que l'on reproche le plus aux médias d'aujourd'hui c'est que les journalistes rapportent souvent mal les faits, même si l'on entend souvent parler de préjugés. Il ne s'agit pas simplement de faire des erreurs de moindre importance mais de carrément dire le contraire de la réalité. C'est souvent le cas

journalists are saying it is green. I often find this to be the case in legal reporting: Some journalists may confuse, for instance, an acquittal with a conditional discharge.

What do all these observations mean for public policy? Essentially, issues like media concentration and cross-ownership issues are red herrings. Although they are popular discussion topics in certain elite media circles around the country, they are not what people, in my view, gripe about when they complain about the Canadian media. Canadians care about basic facts; they care about accuracy.

Does convergence or cross-ownership have any bearing on this? Professor Logan alluded to this slightly, and that is that the scholarship concerning the impact of media convergence and cross-ownership on the quality of news has been sketchy, contradictory and mostly superficial. In canvassing much of the testimony before this committee and reviewing opinion pieces in Canadian newspapers on this topic, I found no reference to empirical research to support the opinion that media convergence has any bearing whatsoever on the sorts of quality concerns such as the accurate representation of statistics and complex policy issues.

The few studies that do exist are all in the U.S. context. One such study is from the Project for Excellence in Journalism, a think-tank affiliated with the Columbia Graduate School of Journalism, to which Professor Logan alluded. Their study, entitled "Does Ownership Matter in Local Television News: A Five-Year Study of Ownership and Quality," was updated in April of this year. After surveying and providing content analysis on 172 distinct news programs and 23,000 programs, the authors concluded:

Taken together, the findings suggest the question of media ownership is more complex than some advocates on both sides of the deregulatory debate imagined. Some of the arguments favouring large companies are unsupported by the data — even contradicted. On the other hand, some of the arguments for the merits of local control appear similarly difficult to prove.

It found, for instance, that stations with cross-ownership in which the parent company also owns a newspaper in the same market, tended to produce higher-quality newscasts. This may be counterintuitive to some.

To the limited extent that any of this research even exists, it also offers a more fundamental problem in terms of its definition of quality. In the case of the study to which I just referred, researchers traditionally measure quality in terms of whether a newscast reflects its entire community; whether it covers a broad range of topics; is locally relevant or whether it balances stories

notamment des affaires judiciaires; certains journalistes peuvent confondre, par exemple, un acquittement et une absolution sous condition.

Que signifie tout cela pour les politiques publiques? Je dirai que les questions comme la concentration des médias et les participations croisées sont de fausses questions. Bien qu'il s'agisse là de sujets fort débattus dans certains cercles d'élites où se réunissent les journalistes, ce n'est pas ce dont se plaint le commun des mortels lorsqu'on parle de médias canadiens. Les Canadiens se soucient des faits à la base et recherchent l'exactitude.

Est-ce que la convergence ou les participations croisées ont quelque chose à voir avec tout cela? La professeure Logan a rapidement abordé la question pour dire que les recherches concernant l'impact de la convergence et des participations croisées dans les médias sur la qualité des nouvelles étaient parcellaires, contradictoires et avant tout superficielles. En passant en revue une grande partie des témoignages présentés devant votre comité et des avis exprimés dans les journaux canadiens sur ce sujet, je n'ai trouvé aucune référence à des recherches effectuées sur le terrain qui puisse corroborer l'opinion selon laquelle la convergence des médias a une quelconque influence sur les questions de qualité telles que la représentation fidèle des statistiques ou l'exposé de politiques complexes.

Les quelques études qui ont été faites l'ont été aux États-Unis. L'une d'entre elles a été effectuée par le Project for Excellence in Journalism, un groupe de réflexion affilié à la Columbia Graduate School of Journalism, auquel a fait allusion la professeure Logan. Cette étude, qui s'intitule «La propriété a-t-elle une importance pour les nouvelles locales à la télévision: une étude de cinq ans sur les questions de propriété et de qualité» a été mise à jour en avril. Après avoir passé en revue 172 émissions différentes d'actualités et 23 000 autres émissions, et après en avoir analysé le contenu, les auteurs ont conclu:

Lorsque qu'on réunit tous les éléments, on constate que la question de la propriété des médias est plus complexe que ne l'avaient imaginé les avocats des deux camps dans le débat sur la déréglementation. Un certain nombre des arguments en faveur des grosses entreprises ne sont pas corroborés, et sont même contredits, par les chiffres. De leur côté, certains arguments prônant le mérite d'un contrôle local semblent eux aussi difficiles à prouver.

L'étude a montré, par exemple, que les stations bénéficiant de participations croisées dans lesquelles la société mère possède en même temps un journal desservant le même marché, avaient tendance à produire des émissions d'actualités de meilleure qualité. Certains auraient pu penser le contraire.

Dans la stricte limite où il existerait même des recherches, un problème plus fondamental se pose en ce qui concerne la définition de la qualité. Dans le cadre de l'étude que je viens de mentionner, les chercheurs ont mesuré de façon traditionnelle la qualité en se demandant si les bulletins de nouvelles reflétaient l'opinion de l'ensemble de la collectivité; si s'ils couvraient une



with multiple points of view. There is no or little qualitative focus paid to whether authoritative sources are used or whether statistics or research is presented accurately.

I say all this to underscore the idea that the presupposition that media concentration begets bad news — quite a part from being a red herring — is often founded on a thin tissue of research. If there is an empirical foundation to the opinion, it often stems from survey data, suggesting that a certain number of Canadians are supposedly concerned about the erosion of quality through convergence. However, there is little analysis as to why. I have not seen any survey on this topic conducted by a neutral pollster — that is, not for a newspaper guild — that shows that a majority of Canadians truly are concerned about media convergence, even if they do not know what that concern means. Frequently, in my opinion, a concern regarding convergence stems from a simply ideological opposition to a media-owner's stated position, say, on a heated political issue such as the mid-East.

In summary, I would submit that the greatest challenge in terms of news quality is not media concentration or cross-ownership. It is more fundamental: How to transmit complex public policy in an accurate and coherent manner? No one media outlet stands guiltier than another on this front and we cannot rely on a public broadcaster to provide better information than private media outlets. There is no evidence that a new publicly endowed newspaper will do a better job. Neither ownership structure nor media convergence dictates the degree to which journalists working for any particular company get statistics right.

The only solution, I would submit, is better education of journalists. This might come from journalism schools — but only maybe, because increasingly news outlets do not hire directly from journalism schools. When they do hire, they may insist on better grounding in economics and quantitative studies. Some improvement may come from a variety of independent critics like ourselves. It is my impression that Canadian news media tend not to select or recruit journalists with solid numeracy or quantitative skills.

The answer to getting better media, in my opinion, comes not from new rules governing cross-ownership or ownership guidelines, but by encouraging the training of better-informed journalists. Regulating "diversity" or cross-ownership will not necessarily ensure quality.

gamme élargie de sujets; s'ils présentaient un intérêt local; enfin, s'ils présentaient des points de vue équilibrés et multiples. Aucune, ou pratiquement aucune, étude qualitative n'est faite pour savoir si les sources utilisées font autorité ou si les résultats des recherches ou les statistiques sont présentés de façon exacte.

Si je dis tout cela, c'est pour indiquer que le principe selon lequel la concentration est mauvaise en soi — il y a bien des mythes dans ce domaine — s'appuie souvent sur des recherches très lacunaires. Si cette opinion s'appuie sur des faits, ils proviennent souvent des enquêtes d'opinion, qui nous laissent entendre qu'un certain nombre de Canadiens sont censés être préoccupés par la baisse de qualité du fait de la convergence. Toutefois, on n'en a pas beaucoup analysé les raisons. Je n'ai vu aucune enquête ayant été effectuée à ce sujet par une entreprise de sondage neutre — en l'occurrence, pour le compte d'un syndicat de journaux — qui fasse état du fait qu'une majorité de Canadiens sont vraiment préoccupés par la convergence des médias, même s'ils ne savent pas ce que recouvre cette préoccupation. Souvent, à mon avis, les préoccupations touchant la convergence s'expliquent tout simplement par une opposition sur le plan idéologique aux positions adoptées par le propriétaire des médias concernés sur une question politique très controversée, par exemple au Moyen-Orient.

Je dirai en résumé que le plus gros défi à relever en matière de qualité des nouvelles n'est pas celui de la concentration ou des participations croisées dans les médias. Il est de nature plus fondamentale: Comment faire passer des politiques publiques complexes avec exactitude et de manière cohérente? Aucun média n'est plus coupable qu'un autre à ce sujet et nous ne pouvons pas nous fier davantage aux diffuseurs publics qu'aux entreprises privées pour obtenir des renseignements de meilleure qualité dans les médias. Rien ne prouve qu'un nouveau journal financé par des fonds publics fera un meilleur travail. La structure de propriété ou la convergence des médias n'influe pas sur le degré d'exactitude avec lequel les journalistes de telle ou telle compagnie rapportent les statistiques.

La seule solution, à mon avis, est de mieux éduquer les journalistes. Cela pourrait se faire dans les écoles de journalisme — mais ce n'est qu'une possibilité, parce que de plus en plus les services de nouvelles n'engagent pas directement les diplômés des écoles de journalisme. Lorsqu'ils les engagent, ils pourraient insister sur de meilleures connaissances en économie et en études quantitatives. Certaines améliorations pourraient venir de divers critiques indépendants, comme nous-mêmes. J'ai l'impression que les médias canadiens ont tendance à ne pas sélectionner ou recruter de journalistes ayant de solides connaissances en mathématiques ou en études quantitatives.

Pour améliorer la qualité des médias, il faudrait, à mon avis, non pas de nouvelles règles régissant la participation croisée ou la propriété, mais plutôt des encouragements pour former des journalistes mieux informés. La réglementation en matière de «diversité» ou de participation croisée n'assurera pas forcément la qualité des médias.

**The Chairman:** Thank you very much indeed. I read with some interest the reprints of the articles from the Fraser Forum that you sent to the committee citing databases. I noticed in one article called “Canada’s Missing News Part I: A Dissent on Nancy Olivieri,” that when you were counting media hits, the sources cited did not include *The Globe and Mail*. Was that just because it got left out of the footnote?

**Mr. Seeman:** No, not at all.

**The Chairman:** The footnote cites CTV, the CBC, the *Calgary Herald*, the *Edmonton Journal*, the *National Post*, the *Toronto Star*, the *Montreal Gazette*, the *Ottawa Citizen*, the *Vancouver Sun*, and several other newspapers.

**Mr. Seeman:** The nature of that particular research database was such that it did not include *The Globe and Mail*. You are right. In order to be completely comprehensive, I would have to be more ambitious in my scope, but I had to be pure just to that particular research database.

**Senator Graham:** In your assessments, how much attention do you pay to balanced coverage? Do you pay attention to headlines? If a clever headline writer wants to skew a story in a particular direction or leave an impression, those people who skip-read newspapers can find that a headline is totally unrelated to the actual fact or to the body of the story.

**Mr. Seeman:** Believe it or not, very little headline content analysis has been done in Canada. Interestingly enough, most content analysis skips the observation that you made. Recently a content analysis was done of Canadian news media’s coverage of prescription drug trials and the extent to which Canadian journalists cover off the pros and cons of new drugs to the extent that they may be unwitting pawns to pharmaceutical companies’ press releases. However, no attention was given to the study of the news headlines. I agree with you entirely. A content analysis on the headlines might yield completely different findings. However, I have not done any coding of that.

**Mr. Luciani:** Occasionally, we will take a look at a headline and talk about the fact there is no relationship between the headline and the story itself. I was trying to think of some examples of that. One that came to mind is in our publication here of a study that was done by the *Canadian Medical Association Journal* on home births. The three or four major newspapers gave the impression from the headline that home births were as safe as hospital births. However, when you got into the story — into the newspaper coverage and the research itself — that is not what the conclusions carried.

**Senator Graham:** They may have been quoting one individual.

**La présidente:** Merci beaucoup. J’ai lu avec un certain intérêt les réimpressions des articles du colloque de l’Institut Fraser que vous avez fait parvenir au comité en citant des bases de données. J’ai relevé dans l’un de ses articles intitulés «Canada’s Missing News Part I: A Dissent on Nancy Olivieri,» que dans le décompte des articles publiés dans les médias, on ne cite pas parmi les sources le *Globe and Mail*. Est-ce simplement parce qu’on l’a oublié dans les notes en bas de page?

**M. Seeman:** Non, pas du tout.

**La présidente:** Ces notes mentionnent CTV, la SRC, le *Calgary Herald*, l’*Edmonton Journal*, le *National Post*, le *Toronto Star*, le *Montreal Gazette*, l’*Ottawa Citizen*, le *Vancouver Sun*, et plusieurs autres journaux.

**M. Seeman:** Étant donné la nature de la base de données ayant servi à cette recherche en particulier, le *Globe and Mail* n’a pas été pris en compte. Vous avez raison. Pour être tout à fait complet, il aurait fallu que mon projet soit plus ambitieux, mais je devais veiller à l’intégrité de la base de données concernant cette recherche en particulier.

**Le sénateur Graham:** Dans vos évaluations, quelle attention accordez-vous à une couverture équilibrée? Accordez-vous une attention aux manchettes? Lorsque le rédacteur d’une manchette est assez malin et lorsqu’il veut laisser une certaine impression ou donner une certaine orientation à l’article, les lecteurs du journal vont s’apercevoir parfois que la manchette n’a absolument rien à voir avec les véritables faits ou avec le corps de l’article.

**M. Seeman:** Croyez-le ou non, mais l’on a très peu analysé le contenu des manchettes au Canada. Il est bien intéressant de constater que la plupart des analyses de contenu oublient de se pencher sur ce que vous venez d’indiquer. On a récemment procédé à une analyse de contenu des articles publiés par les médias canadiens au sujet des essais sur les médicaments prescrits afin de savoir dans quelle mesure les journalistes canadiens parlaient à la fois des avantages et des inconvénients des nouveaux médicaments pour éviter d’être sans le vouloir les marionnettes des sociétés pharmaceutiques lorsqu’elles publient des communiqués de presse. On n’a toutefois accordé aucun intérêt aux manchettes. Je suis tout à fait d’accord avec vous. Une analyse du contenu des manchettes permettrait éventuellement d’arriver à des conclusions tout à fait différentes. Je n’ai fait toutefois aucun codage à ce sujet.

**M. Luciani:** Parfois, un simple coup d’oeil sur la manchette nous montre qu’il n’y a en fait aucune relation entre la manchette et l’article lui-même. J’ai essayé de penser à certains exemples. Il y en a un qui me vient à l’esprit, c’est celui de la publication chez nous d’une étude dans le *Journal de l’Association médicale canadienne* au sujet des naissances à domicile. Les manchettes des trois ou quatre grands journaux donnaient l’impression que ces naissances ne présentaient pas plus de danger qu’à l’hôpital. Toutefois, lorsqu’on lisait tout l’article — dans les journaux comme dans la revue professionnelle elle-même — ce n’était pas les conclusions que l’on en tirait.

**Le sénateur Graham:** On citait peut-être une personne en particulier.



**Mr. Luciani:** We are talking about the headline itself. If that is all you were to have read, for instance, you would have been left with a completely wrong impression of what that study was all about. That happens quite a bit.

As Mr. Seeman said, public policy is a slow-plodding process, but the media is a very fast one. When these two things collide, there is a collateral damage. Policy is not something that you can cover the same way you can cover sports. It takes a more active participation on the part of the readers. Often, they are left with exactly the wrong impression from what the public policy study actually tries to convey.

**Mr. Seeman:** I have a colourful example of a contemporary issue on marijuana. The effects of marijuana are an important public policy issue today. There was a study that came out in May of last year looking at the alleged impact of marijuana use on IQ levels. This is how three different headlines read in interpreting the same study. This is from *The Toronto Star*: "Heavy Marijuana Use Lowers IQ, Study Finds." This is from the *National Post*: "Effect of Pot on IQ Temporary, Study Says." This is from *The Globe and Mail*: "Smoking Pot, No Risk to IQ Study Says." It is comical, but it is tragic in some sense. The headlines appeared around April Fools' Day. At the same time, it was a prominent study and it was front-page news.

**Senator Graham:** That sounds like a lot of potluck. I am wondering if you find that there is a tendency to emphasize the negative? A lot of things happen in our country and around the world. There are a lot of good-news stories. My impression is that in terms of the print media, we have more emphasis on the headline-grabbing side of the story and that there is more emphasis on the negative than there is on the positive.

**Mr. Seeman:** Oh, absolutely. There are all sorts of empirical research studies that have found that. A typical example might be the recent war coverage.

In terms of quantitative news, we noticed there was a lot of quantitative news on friendly-fire casualties for example. However, there was not any coverage on the improvements in combat medicine that have resulted in far fewer, combat-related casualties. It is just an extraordinary improvement in combat medicine just over the couple few years.

**Senator Merchant:** I found your presentation very interesting. I am confounded sometimes. The journalists have a lot of power to influence people. When people are asked about how they would rate journalists, I believe that they rate them quite low. At the same time, though, when people read something or see something on television, they seem to believe it, whether statistically it is true or not. This is kind of a contradiction in my mind anyway.

**M. Luciani:** Nous parlons des manchettes elles-mêmes. En ne lisant qu'elles, par exemple, on en aurait retiré l'impression totalement erronée que c'était là le sujet de cette étude. C'est une chose qui arrive assez souvent.

Comme l'a indiqué M. Seeman, les politiques publiques relèvent d'un processus lent alors que les médias vont très vite. Lorsque les deux choses entrent en concurrence, il y a des dommages collatéraux. On ne peut pas couvrir la politique comme on couvre le sport. Il faut une participation bien plus active de la part des lecteurs. Souvent, on retire une impression tout à fait fautive compte tenu de ce que l'étude de politique publique s'efforçait d'exprimer.

**M. Seeman:** Je peux citer un exemple très parlant sur un sujet d'actualité: la marijuana. Les effets de la marijuana ont une grande importance dans les politiques actuelles. Une étude a été faite l'année dernière sur les conséquences prétendues de l'usage de la marijuana sur les niveaux d'intelligence. Voici trois manchettes, de trois journaux différents, qui interprètent cette même étude. La première nous vient du *Toronto Star*: «Une étude nous révèle que le QI des gros consommateurs de marijuana baisse.» La deuxième, du *National Post*: «Les effets de la marijuana sur le QI sont temporaires, nous dit une étude.» La troisième, du *Globe and Mail*: «Fumer de la marijuana ne présente aucun risque pour le QI, selon une étude.» C'est comique, mais en même temps tragique. Ces manchettes sont apparues autour du 1er avril. Par ailleurs, il s'agissait là d'une étude importante qui a fait les premières pages des journaux.

**Le sénateur Graham:** On a l'impression que tout est mélangé. Est-ce que vous constatez que l'on a tendance à insister sur les éléments négatifs? Il y a bien des événements qui se passent dans notre pays et dans le monde. Il y a bien des choses positives à relater. J'ai l'impression que dans la presse imprimée on a davantage tendance à faire une manchette qui attire l'attention en privilégiant le côté négatif des choses plutôt que d'insister sur les éléments positifs.

**M. Seeman:** Oui, c'est tout à fait vrai. Toutes sortes de recherches effectuées sur le terrain ont permis de le constater. La couverture récente de la guerre peut être considérée comme un exemple typique.

Sur le plan quantitatif, nous avons constaté par exemple que l'on a beaucoup insisté sur les tirs accidentels ayant causé des morts parmi les alliés. On n'a pas parlé, toutefois, des progrès effectués par la médecine militaire, ce qui a entraîné bien moins de décès au cours des combats. La médecine militaire a tout simplement fait des progrès extraordinaires au cours des dernières années.

**Le sénateur Merchant:** J'ai trouvé votre exposé très intéressant. Je suis parfois confondu. Les journalistes jouissent d'un grand pouvoir d'influence sur la population. Lorsqu'on demande aux gens de noter les journalistes, je pense qu'ils leur donnent une note assez faible. Pourtant, lorsque les gens lisent quelque chose dans les journaux ou voient quelque chose à la télévision, ils semblent y croire, que ce soit vrai ou non d'un point de vue statistique. Il y a là à mon avis une certaine contradiction.

Sometimes I will see the news, let us say the ten o'clock news on CBC. Then there is the news at eleven o'clock. The lead story, let us say, on CBC may never appear on CTV at all. Alternatively, a story might have two different faces all together.

How can viewers determine what is really going on?

**Mr. Seeman:** Viewers have to rely on their own intuition, their intelligence and the credibility of the news source. Studies have suggested that people invest less credibility in Internet-related news sources. We are still waiting for research in Canada, though, that can really study the extent to which Canadians have credibility in different news sources. It will be interesting if Professor Logan carries through with that research.

I am not a psychologist. I do not know how people weigh those different sources. Ultimately, perhaps, the issue is not so much which news source may win out if there are conflicting news stories, but in some cases, the bigger problem is when people discount everything they hear in the news and are skeptical of every number. That is happening increasingly.

**Senator Merchant:** Sometimes when a story appears on the news or in print turns out to be untrue, let us say, the retraction is often on the last page in a little footnote, while the actual story was a big headline on the front page. I see this as a problem, too.

I do not know how you deal with it. It just makes people more cynical.

**Mr. Luciani:** You mentioned that journalists are at the bottom of the rung when comes to professions that are respected.

**Senator Merchant:** I did not say the bottom. However, you would know because you know the statistics.

**Mr. Luciani:** I would say all professions have taken serious hits over the last generation. I do not think anybody left standing looks good anymore. I think it is a general skepticism regarding all professions.

The Canadian Statistical Assessment Service, CANSTATS is trying to address some of the issues you have raised. At the end of the day, what are we trying to do? We are trying to tell readers and users of the media that they should understand how the media works. The media are going to try to be sensational. They are going to try to give you stories that sell the medium per se. They are going to try to engage you in a sense, not just intellectually, but emotionally. Therefore, readers and viewers have to rank stories according to what they think is important. Our job, basically, is to tell people to be sceptical. We are also saying that if people are interested in a topic, they must look behind the headlines. One cannot simply accept what the newspapers or the radio and television are saying.

Parfois, je regarde les nouvelles à 22 heures, par exemple, à la SRC. Il y a ensuite les nouvelles de 23 heures. La nouvelle qui fait les manchettes à la SRC, par exemple, pourra très bien ne même pas être mentionnée à CTV. Il se peut aussi que la même nouvelle soit présentée sous deux angles très différents.

Comment les téléspectateurs vont-ils pouvoir déterminer ce qui se passe vraiment?

**M. Seeman:** Les téléspectateurs doivent se fier à leur intuition, à leur intelligence et à la crédibilité des sources. Toutefois, nous n'avons toujours pas fait de recherche au Canada pour savoir dans quelle mesure les sources des nouvelles sont véritablement crédibles. Il serait intéressant que la professeure Logan entreprenne des recherches de ce genre.

Je ne suis pas psychologue. Je ne sais pas de quelle façon les gens pondèrent ces différentes sources. En fin de compte, ce qui importe éventuellement, ce n'est pas tant quelle sera la source qui va l'emporter en cas de traitement contradictoire des nouvelles, mais le fait que la population va se désintéresser de tout ce qu'elle apprend aux nouvelles et remettre en cause tous les éléments d'information qu'on lui fournit. C'est ce qui se passe de plus en plus.

**Le sénateur Merchant:** Parfois, lorsqu'on s'aperçoit finalement qu'une information parue aux nouvelles ou dans la presse est inexacte, la rétractation va souvent apparaître, par exemple, dans une petite note en bas de la dernière page, alors que l'article lui-même avait fait à l'origine les manchettes de la une. Je considère qu'il y a là aussi un problème.

Je ne sais pas comment on peut le régler. Les gens deviennent tout simplement plus cyniques.

**M. Luciani:** Vous nous avez dit que les journalistes étaient tout au bas de l'échelle lorsqu'on classe les différentes professions suivant qu'elles sont plus ou moins respectées.

**Le sénateur Merchant:** Je n'ai pas dit qu'ils étaient tout en bas. Toutefois, vous connaissez comme moi le résultat des sondages.

**M. Luciani:** Je dois dire que la réputation de toutes les professions en a pris un coup au cours de la dernière génération. Je ne pense pas qu'il reste grand monde qui s'en sorte avec les honneurs. Je considère qu'il y a un scepticisme général au sujet de toutes les professions.

Le service canadien d'évaluation statistique, CANSTATS, s'efforce d'aborder un certain nombre des questions que vous venez d'évoquer. Finalement, que cherchons-nous à faire? Nous essayons de dire aux lecteurs et aux utilisateurs des médias comment il faut comprendre la façon dont opèrent les médias. Les médias vont faire du sensationnalisme. Ils vont s'efforcer de publier des nouvelles qui mettent en valeur le média lui-même. Ils vont chercher dans une certaine mesure à faire participer les gens, pas seulement sur le plan intellectuel, mais aussi d'un point de vue émotif. Par conséquent, il faut que les lecteurs et que les téléspectateurs classent l'information par ordre d'importance en fonction de leurs propres critères. Notre travail consiste essentiellement à faire en sorte que les gens se montrent sceptiques. Nous disons aussi que les gens qui s'intéressent à un



We are also doing something else. We are trying to look over the shoulders of journalists to let them know someone is paying close attention and that we will look behind the numbers where we can. We will go back to the study and see if we come to that same conclusion. If we do not, we will write about it.

I think that in a sense that is basically our job. What was surprising, when we started this project, was that something like this did not exist in the country. I hope that we grow and become more successful at what we do.

**The Chairman:** I was interested in your observation that Canadian news media tend not to select or recruit journalists with solid numeracy or quantitative skills. I suppose the key word there is "solid," in that most journalists now hold at least a bachelor degree, which means they had to get through high school math. You would not consider those solid numeracy or quantitative skills?

If I think back to my days in the journalism business, I think there is some truth in what you say, in that if you are hiring a journalist, that person must be able to tell a story. I do not mean fabricate a story; I mean communicate a story. Many mathematicians and scientists are that kind of person. I think it was Henry Luce who said, when he was founding *Fortune* magazine, that he had the choice between taking economists and turning them into poets or taking poets and turning them into economists. He thought it was easier to take poets and turned them into at least sufficiently skilled economists to write a business magazine.

I suppose this long preamble is: Are you not in a sense butting up against a fact of life here? That it is never going to be possible to have the kind of degree of post-doctoral rigour and statistical analysis that I suspect you would really like every working journalist to have?

**Mr. Seeman:** I agree with you. The point is well taken. I think every editor shares that opinion. I think all editors would prefer to turn a Wordsworth into a Galileo.

It is hard to generalize. Some news outlets are better than others. Some recent trends have changed. We find that newspapers are strapped for cash and that defines everything else in terms of quality. With the exception of *The Globe and Mail* and perhaps one or two others, there are very few defined medical reporters or health reporters. Increasingly there is a wider array of general assignment reporters, who one day may shoot off and report on the latest article in the *Canadian Medical Association Journal*, and then the next day may report on the going on at the

sujet en particulier ne doivent pas se contenter des manchettes. On ne peut pas tout simplement accepter ce que disent les journaux, la radio ou la télévision.

Nous faisons aussi autre chose. Nous nous efforçons de regarder par-dessus l'épaule des journalistes pour leur faire comprendre qu'il y a des gens qui suivent de près leurs comportements et qui vont se pencher sur les chiffres dans toute la mesure du possible. Nous allons revenir sur les articles pour voir si nous parvenons aux mêmes conclusions. Si ce n'est pas le cas, nous le dirons.

Je considère que dans une certaine mesure c'est là essentiellement notre travail. Ce qui nous a surpris, lorsque nous avons lancé notre projet, c'est qu'il n'existait pas déjà quelque chose de ce type dans notre pays. J'espère que nous développerons nos activités et que nous aurons encore plus de succès dans notre travail.

**La présidente:** J'ai relevé avec intérêt que selon vous les services de nouvelles au Canada ne recrutait pas ou ne choisissaient pas des journalistes ayant de solides compétences en arithmétique ou en statistiques. J'imagine que le mot clé ici, c'est «solide», étant donné que la plupart des journalistes ont à l'heure actuelle un diplôme universitaire au niveau de la licence, ce qui signifie qu'ils ont suivi des cours de mathématiques à l'école secondaire. Vous ne considérez pas qu'il s'agit là de solides connaissances en mathématiques et en statistiques?

Si je remonte à mes débuts dans le journalisme, je pense qu'il y a une certaine vérité dans ce que vous nous dites, car quand on embauche un journaliste, il faut qu'il soit en mesure d'écrire un article. Je ne veux pas dire par là inventer un article, mais rendre compte d'un événement. Nombre de mathématiciens et de scientifiques sont en mesure de le faire. Je pense que c'est Henry Luce qui a déclaré, lorsqu'il a créé la revue *Fortune*, qu'il avait le choix entre embaucher des économistes pour en faire des poètes et embaucher des poètes pour en faire des économistes. Il lui est apparu qu'il était plus facile de transformer des poètes en économistes, du moins en économistes suffisamment qualifiés pour rédiger une revue d'entreprise.

Ce long préambule nous amène, j'imagine, à la question suivante: N'êtes-vous pas ici en quelque sorte en train de nier une réalité de la vie, en l'occurrence qu'il est impossible d'avoir cette rigueur post-doctorale et cet esprit d'analyse statistique que vous voudriez exiger d'un journaliste professionnel?

**M. Seeman:** Je suis d'accord avec vous. Vous avez raison de le signaler. Je pense que tous les rédacteurs en chef sont de cet avis. Tous les rédacteurs en chef préféreraient prendre un Wordsworth pour en faire un Galilée.

Il est difficile de généraliser. Certains supports d'information sont meilleurs que d'autres. Certaines tendances récentes ont évolué. Nous constatons qu'il y a des journaux qui ont des besoins d'argent, ce qui influe sur tout le reste en matière de qualité. Sauf dans le *Globe and Mail* et éventuellement dans un ou deux autres journaux, il y a très peu de journalistes vraiment spécialisés dans le domaine médical et sur les questions de santé. De plus en plus, on fait appel à des généralistes qui un jour vont être chargés de rendre compte du dernier article du *Journal de l'Association*

Standing Senate Committee on Transport and Communications. It is not necessarily that they are lesser trained than they were 10 years ago, but their demands are higher.

I do not expect that things are going to become perfect. Part of the solution lies in the journalism schools. We are embarking on preliminary research to look at what is going on in the curricula of journalism schools and the extent to which practicing journalists are happy with how they have been taught. I share your observation.

**The Chairman:** Will you be looking at the journalism school curriculum?

**Mr. Seeman:** We are toying with doing that. It is a question of budgets and research scope, but we are certainly interested in that.

**The Chairman:** Have you been in touch with actual editors or publishers about this kind of work? Have you had any response from actual practitioners?

**Mr. Seeman:** They are all very welcome. They have been overwhelmingly inviting and embracing. They have extended invitations to speak to editorial boards and interact with journalists. We get calls from journalists from across the spectrum in terms of private and public and political. We get calls from CBC and from private outlets as well.

**Senator Graham:** I am very interested in what you are doing, and I hope you continue with your work.

Is CANSTATS more concerned with improving the quality of views that are now available in the media, than with having or encouraging a greater diversity of views?

**Mr. Seeman:** They overlap. We are focusing on quality. It would be too wide-ranging to get into issues of diversity, but they certainly overlap. We are singly focused on the quality of news. We are not trying to encourage a wider diversity of voices.

At the same time, we are interested in measuring the extent to which some news does not get covered. That is interesting to us, too. If the accurate research does not get covered, or if the research that deflates the exaggerated risks does not get covered, we are interested in tracking that. To that extent, we do look at diversity as well.

**Senator Merchant:** You touched on bias in broadcasting. What are you finding? What kind of biases are you finding in broadcasting?

**Mr. Luciani:** We are not looking at biases. We are looking at accuracy. By bias, I am assuming they cover some stories more than others and so on.

**Senator Merchant:** I am wondering if you are noticing a trend? Perhaps you are not measuring that.

*médicale canadienne* pour commenter le lendemain les délibérations du Comité sénatorial permanent des transports et des communications. Ils ne sont pas nécessairement moins bien formés qu'il y a 10 ans, mais l'on exige davantage d'eux.

Je ne m'attends pas à la perfection. La solution se trouve en partie dans les écoles de journalisme. Nous sommes en train de faire une recherche préliminaire sur les programmes des écoles de journalisme et sur le degré de satisfaction des journalistes professionnels en ce qui concerne leurs études. Je suis d'accord avec votre observation.

**La présidente:** Allez-vous vous pencher sur les programmes des écoles de journalisme?

**M. Seeman:** C'est une idée qui nous est venue à l'esprit. Il s'agit d'avoir les budgets et les projets de recherche correspondants, mais c'est un sujet qui ne manque pas de nous intéresser.

**La présidente:** Avez-vous pris contact avec des éditeurs ou des rédacteurs en chef professionnels sur ce genre de projet? Que vous ont dit les professionnels?

**M. Seeman:** Ils y sont tout à fait favorables. Ils accueillent à bras ouverts ce genre de projet. Ils nous ont invité à parler devant les comités de rédaction et à collaborer avec les journalistes. Nous recevons des appels émanant de journalistes opérant dans tous les domaines, privé, public ou politique. Nous recevons des appels de la SRC ainsi que des entreprises du secteur privé.

**Le sénateur Graham:** Je m'intéresse particulièrement à ce que vous faites et j'espère que vous poursuivrez votre travail.

Est-ce que CANSTATS s'intéresse davantage à l'amélioration de la qualité des nouvelles qui paraissent actuellement dans les médias qu'à la promotion d'une plus grande diversité d'opinions?

**M. Seeman:** Les deux choses vont de pair. Nous mettons l'accent sur la qualité. Il serait trop ambitieux de s'attacher à la diversité, mais tout se tient évidemment. Nous nous intéressons avant tout à la qualité des nouvelles. Nous ne cherchons pas à favoriser une plus grande diversité d'opinions.

Parallèlement, nous cherchons à évaluer dans quelle mesure certaines nouvelles sont laissées de côté. Cette question nous intéresse, elle aussi. Lorsqu'une recherche qui rend compte de faits avérés ou qui remet en question l'exagération de certains risques n'est pas rapportée dans les médias, c'est une chose qui nous intéresse. Dans cette mesure, nous nous penchons aussi sur la diversité.

**Le sénateur Merchant:** Vous avez parlé d'information biaisée en matière de radiodiffusion. Quels sont vos constatations. Dans quelle mesure les informations sont biaisées dans le domaine de la radiodiffusion?

**M. Luciani:** Ce n'est pas l'information biaisée qui nous intéresse. Nous cherchons à savoir si elle est exacte. Par information biaisée, il faut entendre, j'imagine, que certains événements sont davantage couverts que d'autres, par exemple.

**Le sénateur Merchant:** Je me demande si vous n'avez pas relevé une tendance. Il est possible que vous ne le mesuriez pas directement.



**Mr. Luciani:** No, not directly.

**Mr. Seeman:** I am generally not very confident in the quality of content analysis to prove the existence or non-existence of so-called bias. The definition of bias, of course, changes depending on your point of view. A lot of the “media scholarship” surrounding bias is dippy and superficial. Often it looks at the number of times the word “liberal” is used versus the word “conservative.”

I do not want to castigate all academic research on content analysis. Some of it is actually pretty good and it is getting better. The point is that it only takes you so far intellectually and academically. If you are interested in improving the quality of news, it is better to focus on issues of accuracy — certainly to narrow down issues of statistical accuracy and numeracy — rather than address issues of bias.

**Senator Merchant:** Are you saying that you cannot measure bias? Is the evidence not accurate enough?

**Mr. Seeman:** It is methodologically very hard. It is extremely time-consuming and expensive. You need an army of researchers to code stories and to code each sentence in each story. It is extremely exhaustive. At the end of the day, the accuracy and the reliability of your results depend on the accuracy of your codebook and what defines, say, a “left-wing view” or a “right-wing view.”

There has been some good work on this. I would refer you to my colleague Lydia Miljan now at the University of Windsor. She is a senior fellow at the Fraser Institute. She used to head up the National Media Archive at the Fraser Institute and has looked at some of this stuff. In particular, she looked at the CBC coverage of the Free Trade debate.

**Senator Graham:** I think that you said that you often hear people talking about media bias, but that the bigger complaint that most people have of the media is that journalists get things wrong. Is that the point that you were making?

**Mr. Seeman:** Absolutely. The left and the right now sling around the word “bias.” The word “bias” is just this sort of bugbear that people like to throw as a generic criticism of the media today without being focused.

We are trying to focus on issues of accuracy.

**The Chairman:** I would think you are going to get more attention from the media themselves if you go after accuracy, which is, after all, the foundation, the gospel. If you do not get it right, then you have not done your job.

**Mr. Seeman:** That is true. It is a cultural phenomenon that the media do not like to criticize themselves.

**M. Luciani:** Non. Pas directement.

**M. Seeman:** Je ne fais pas généralement très confiance aux analyses de la qualité du contenu pour prouver l'existence ou non d'une information biaisée. La définition d'une information biaisée change bien entendu avec le point de vue de chacun. Dans ce domaine, la «sagesse des médias» est bien souvent parcellaire et superficielle. Souvent, on se contente de relever la fréquence de l'emploi du terme «libéral» par opposition de celui de «conservateur».

Je ne veux pas accabler les recherches universitaires portant sur l'analyse du contenu. Certaines d'entre elles sont en fait très bonnes et elles s'améliorent. Il faut bien dire cependant qu'elles sont limitées sur le plan intellectuel et universitaire. Si l'on veut véritablement améliorer la qualité des nouvelles, il est préférable de faire appel à l'exactitude — pour s'en tenir précisément à des questions de chiffres et d'exactitude statistique — plutôt que d'aborder la question de l'information faussée.

**Le sénateur Merchant:** Voulez-vous nous dire par là que l'on ne peut pas évaluer dans quelle mesure l'information est faussée? Est-ce que les éléments de preuve ne sont pas suffisamment précis?

**M. Seeman:** La méthodologie est très difficile à mettre en oeuvre. Cela prend beaucoup de temps et d'énergie. Il faut une armée de chercheurs pour coder les articles et chacune des phrases dans chaque article. C'est extrêmement pénible. En dernière analyse, l'exactitude et la fiabilité des résultats dépendent de l'exactitude des codes et de la façon dont on définit, par exemple, une «opinion de gauche» ou une «opinion de droite».

D'excellents travaux ont été faits en la matière. Je vous renvoie à ceux de ma collègue, Lydia Miljan, qui est actuellement à l'Université de Windsor. Elle est associée principale à l'Institut Fraser. Elle a dirigé le service des archives des médias nationaux à l'Institut Fraser et elle s'est penchée sur toutes ces questions. Elle a examiné en particulier la façon dont la SRC a rendu compte du débat sur le libre-échange.

**Le sénateur Graham:** Je pense vous avoir entendu dire que l'on entend souvent les gens parler d'information faussée dans les médias, mais que le plus gros reproche que la plupart des gens ont à faire aux médias, c'est le fait que les journalistes disent complètement le contraire de la vérité. C'est bien cela que vous voulez nous faire comprendre?

**M. Seeman:** Tout à fait. La gauche comme la droite parle aujourd'hui d'information «faussée». Ce n'est qu'une façon de parler aujourd'hui pour critiquer de manière générale les médias sans savoir exactement à quoi s'attaquer.

Nous nous efforçons de nous en tenir à l'exactitude des faits.

**La présidente:** Je pense que vous allez davantage attirer l'attention des médias si vous mettez l'accent sur l'exactitude des faits, qui sont après tout le fondement, la bible de la profession. Si l'on ne réussit pas dans ce domaine, cela veut dire que l'on n'a pas fait son travail.

**M. Seeman:** C'est vrai. Cela fait partie de la culture des médias; ils n'aiment pas faire leur autocritique.

**The Chairman:** When I was a young journalist, I was, in a sense, a classic example of what you were talking about. I had a degree in Modern Languages and I found myself assigned to be the science reporter on a small newspaper for which I worked. It was wonderful. I learned a lot.

I learned, the hard way, that it was important to be wary of reporting scientific stories — particularly the results of scientific studies — because most journalists were not in a position actually to gauge the importance of those stories. I cannot think of an example right now, unfortunately, but you have been making the point that people will hype one story and ignore another story. I put it to you that it is possible that they can ignore the second story because they just cannot understand it.

As the old rule says, “when in doubt, leave it out.” If that is true, then how can one achieve some kind of a system where the actual importance of these things can be understood by the lay press and therefore the public? How do you rate them? How do you rate the stories that appear for importance versus non-importance?

**Mr. Seeman:** Part of the problem does not just lie with journalists. Increasingly science journals are becoming aggressive in marketing and that sort of thing, and research bodies are aggressive. They will colour a news release specifically so that journalists will pick it up. Part of the solution lies with researchers.

You are right. You simply cannot rely on journalists to dissect immediately as soon as a research study comes out whether or not it is significant or not. You can try and create informal scientific advisers. A lot of scientific journalists will have an informal team of people that they will turn to. We hope that we provide a bit of that sort of thing. Yes, it is a challenge.

Part of the solution lies with the academic community. I think they have a responsibility to look back a number of months down the line and assess how the media interpreted their research. They have done that, for example, with the hormone replacement story. A number of academic studies have critiqued the way in which that original study was interpreted by the media. It is a dance and both journalists and researchers bear responsibility.

**The Chairman:** I thank you both very much indeed for having joined us. It was absolutely fascinating.

**Mr. Seeman:** Thank you very much. It was a pleasure to be here.

**The Chairman:** We are very grateful for you being here.

The committee adjourned.

**La présidente:** Alors que j'étais une jeune journaliste, j'ai pu voir, en quelque sorte, un exemple classique de ce que vous venez de dire. J'avais un diplôme en langue moderne et le petit journal pour lequel je travaillais m'avait confié des reportages dans le domaine scientifique. C'était merveilleux. J'ai beaucoup appris.

J'ai appris, à mes dépens, qu'il était important de se méfier des articles scientifiques publiés par les journalistes — notamment des résultats de ces études scientifiques — parce que la plupart des journalistes n'étaient pas en mesure en fait d'apprécier l'importance de ces articles. Je n'ai malheureusement pas d'exemples qui me viennent à l'esprit, mais vous avez bien souligné que certaines personnes vont monter en épingle un article et en passer un autre sous silence. Laissez-moi vous dire qu'ils vont parfois passer ce deuxième article sous silence tout simplement parce qu'ils ne le comprennent pas.

Comme dit le dicton: «En cas de doute, abstient-toi.» S'il en est ainsi, comment faire pour mettre en oeuvre un système qui permette de faire comprendre l'importance de toutes ces choses à la presse non spécialisée et, par conséquent, au public? Comment évaluer les choses? Quelle importance relative attribuer aux différents articles?

**M. Seeman:** En partie, le problème ne provient pas des journalistes. De plus en plus, les revues scientifiques font une promotion intensive, par exemple, et il en est de même des organismes de recherche. Ils vont présenter une nouvelle sous un angle favorable pour que les journalistes la reprennent. La solution relève en partie des chercheurs.

Vous avez raison. On ne peut pas s'attendre à ce que les journalistes puissent disséquer immédiatement une étude pour en révéler l'importance. On peut toujours essayer de créer un corps de conseillers scientifiques officiels. Les journalistes scientifiques pourraient alors s'adresser à une équipe de spécialistes chargés de les aider. Nous espérons pouvoir instituer des mesures de ce type. Oui, c'est un problème.

C'est le monde universitaire qui détient une partie de la solution. Je pense qu'il lui appartient de revenir sur la question quelques mois plus tard pour évaluer de quelle façon les médias ont interprété ses recherches. C'est ce qui a été fait, par exemple, au sujet des hormones de remplacement. Dans un certain nombre d'études, les universitaires ont critiqué la façon dont l'étude originale avait été interprétée par les médias. Il y a là un rapport de force, et les journalistes et les chercheurs ont chacun leurs responsabilités.

**La présidente:** Je vous remercie tous deux d'être venus nous voir. Ce fut tout à fait passionnant.

**M. Seeman:** Je vous remercie. C'était un plaisir pour moi.

**La présidente:** Nous vous sommes très reconnaissants d'être venus.

La séance est levée.



OTTAWA, Thursday, May 29, 2003

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 10:57 a.m. to examine the current state of Canadian media industries; emerging trends and developments in these industries; the media's role, rights, and responsibilities in Canadian society; and current and appropriate future policies relating thereto.

**Senator Joan Fraser (Chairman)** in the Chair.

[English]

**The Chairman:** I welcome everyone — senators, witnesses and members of the public, both present and with us through television — to this meeting of the Standing Senate Committee on Transport and Communications, which is examining the state of the Canadian news media.

The committee is examining the appropriate role of public policy in helping to ensure that the Canadian news media remain healthy, independent and diverse in light of the tremendous changes that have occurred in recent years — notably globalization, technological change, convergence, and increased concentration of ownership.

Today, we welcome first Professor Jamie Cameron from the Osgoode Hall Law School at York University. Professor Cameron, who is familiar with Senate committees and is well-known as a commentator in addition to being a professor, has also taught at various other academic institutions in Canada and abroad. She appeared before this committee several years ago on the issue of split-run magazines. Welcome back, Professor Cameron. I think you know the drill. You have some introductory remarks, and then we have a period for questions and comments.

**Professor Jamie Cameron, Professor, Osgoode Hall Law School, York University, as an individual:** I provided a brief biographical sketch in my notes, but I wanted to add a few details about myself.

I grew up in a small smelter town in British Columbia on the B.C. border. I remember my parents' first TV set. From that TV set, we only got three channels. They were ABC, CBS and NBC. As a small child, I pledged allegiance to the U.S. flag every day of the week, because that is what all the kids on *Romper Room* did. I also remember sitting at the kitchen table with my father and listening to world heavy weight boxing championships on the radio, because those were not on TV back then. I am dating myself a bit.

We did have a local daily newspaper was reliable, but I do not think it was much more than 15 pages long. Later on, when I got a bit older, we actually subscribed to one of the Vancouver newspapers. This is all by way of saying it is a long way from that world to this one here today.

OTTAWA, le jeudi 29 mai 2003

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 10 h 57 pour examiner l'état actuel des industries de médias canadiennes; les tendances et les développements émergents au sein de ces industries; le rôle, les droits et les obligations des médias dans la société canadienne, et les politiques actuelles et futures appropriées par rapport à ces industries.

**Le sénateur Joan Fraser (présidente)** occupe le fauteuil.

[Traduction]

**La présidente:** Bienvenue à tous — sénateurs, témoins, personnes présentes dans la salle et téléspectateurs — à cette séance du Comité sénatorial permanent des transports et des communications qui se penche sur l'état des médias d'information canadiens.

Le comité examine quel rôle l'État devrait jouer pour aider nos médias d'information à demeurer vigoureux, indépendants et diversifiés dans le contexte des bouleversements qui ont touché ce domaine ces dernières années, notamment la mondialisation, les changements technologiques, la convergence et la concentration accrue de la propriété.

Nous recevons d'abord aujourd'hui la professeure Jamie Cameron de la Faculté de droit Osgoode Hall de l'Université York. Mme Cameron, qui n'est pas seulement professeure, mais aussi une commentatrice bien connue, est une habituée des comités du Sénat, et elle a enseigné dans divers autres établissements universitaires au Canada et à l'étranger. Elle a témoigné devant notre comité il y a plusieurs années lors de l'étude sur les magazines à tirage dédoublé. Bienvenue de nouveau, madame Cameron. Je pense que vous connaissez la routine. Vous faites quelques observations liminaires, après quoi nous passons aux questions et commentaires.

**Mme Jamie Cameron, professeure, Faculté de droit Osgoode Hall, Université York, témoignage à titre personnel:** J'ai annexé à mes notes une courte notice biographique à laquelle j'aimerais ajouter quelques détails.

J'ai grandi dans une petite ville de la Colombie-Britannique, près de la frontière, dont le principal employeur était une fonderie. Je me rappelle le premier appareil de télévision de mes parents. Nous ne recevions que trois chaînes, ABC, CBS et NBC. Enfant, j'ai fait le serment d'allégeance au drapeau américain tous les jours de la semaine parce que c'était ce que faisaient tous les enfants qui regardaient *Romper Room*. Je me souviens également d'avoir été assise à la table de la cuisine avec mon père, et nous écoutions à la radio le combat de boxe du championnat mondial des poids lourds parce qu'on ne voyait pas ce genre de chose à la télévision à l'époque. Vous voyez un peu l'âge que j'ai.

Nous avions un journal local qui était fiable, mais il ne devait pas faire plus de 15 pages. Plus tard, j'avais un peu grandi, nous nous sommes abonnés à l'un des journaux de Vancouver. Tout cela pour vous dire que nous sommes aujourd'hui très loin du monde que j'ai connu.

I thank the committee for inviting me to appear as a witness. Unlike many of the witnesses who have appeared before me, I must confess that I have really no expertise in some of the regulatory issues you have been discussing. I want to talk about regulation too, but I want to address the issue from an academic perspective rather than a management perspective.

I wonder whether there is an unspoken assumption at work that regulation — and more and more and more regulation — will make the press more “effective.” I will refer to the press to include the broadcast media, because it is just easier for me.

Basically, I would like to challenge that assumption. I encourage members of the committee to think twice before assuming that regulation must be a good thing because regulation is, by definition, in the public interest.

My presentation is really quite simple. I would like to make four points. The first point addresses the role of the press. The second point explains the importance of freedom of the press. In the third point, I suggest that freedom of the press should be the rule, and regulation should be the exception. My fourth point is a time-permitting aspect of the presentation, and I may well leave that to questions, but if I do have time I will comment about the Charter of Rights and Freedoms.

First, on, in respect of the role of the press, everyone in this room knows that the press is a valuable institution and, indeed an indispensable institution of democratic governance. We also know that freedom of expression is cherished, prized and idealized in our political and legal tradition for several reasons. For one, it is an essential part of the democratic process and of the principle that our representative institutions are an exercise in self-government and are therefore accountable to the public. We also know that freedom of expression allows a free flow and exchange of ideas at all levels and on all issues. We know from experience that a process of uninhibited exchange promotes growth, choice and change in our social, political and cultural values.

If that is true at the collective or social level, it is also true for individuals. We know too then that freedom of expression allows us to realize our possibilities as human beings. I would just add, parenthetically, that the courts have reminded us in their decisions under the Charter of Rights and Freedoms that these are the central values of expressive freedom in our legal and political tradition. That is freedom of expression.

There is a significant component of value-added in the case of the press. The press plays a distinctive institutional role. “Accountability” is the mandate, the task and the challenge that faces the press. You have probably heard this before. Some have described the press as the “watchdog” or as having a “watchdog” kind of role or function. By that, it is meant that the press watches government institutions of all kinds and at all levels; and it does so on our behalf. The press tells us — members of the Canadian public — what those institutions are doing. It is through the press

Je remercie le comité de m’avoir invitée à titre de témoin. Contrairement au grand nombre de témoins qui m’ont précédée, je dois avouer que je ne connais rien de certains des enjeux réglementaires dont vous avez discuté. Je veux parler de réglementation aussi, mais je tiens à le faire dans une perspective théorique plutôt que de gestion.

Je me demande s’il n’y a pas une idée reçue qui circule et qui dit que la réglementation — et une réglementation de plus en plus lourde — rendra la presse plus «efficace». Quand je dis presse, j’englobe la radio et la télévision parce que c’est plus simple pour moi.

Essentiellement, je veux contester la véracité de cette idée reçue. J’encourage les membres du comité à y réfléchir à deux fois avant de penser que la réglementation est une bonne chose parce que la réglementation, par définition, répond à l’intérêt public.

Mon exposé sera fort simple. Je tiens à dire quatre choses. La première porte sur le rôle de la presse. Dans ma deuxième observation, je veux expliquer l’importance de la liberté de la presse. Troisièmement, je dis que la liberté de la presse doit être la règle et la réglementation, l’exception. J’aborderai le quatrième aspect de mon exposé si nous en avons le temps, et il se peut que je le mette de côté pour répondre aux questions, mais si j’en ai le temps, je parlerai de la Charte des droits et libertés.

Tout d’abord, au sujet du rôle de la presse, vous savez tous que la presse est une institution précieuse et même une institution indispensable à la gouvernance démocratique. Nous savons également que la liberté d’expression est une valeur chérie et idéalisée dans notre tradition politique et juridique pour plusieurs raisons. Entre autres, parce que c’est un élément essentiel du processus démocratique et du principe qui veut que nos institutions représentatives servent à nous gouverner nous-mêmes et sont par conséquent comptables à la population. Nous savons également que la liberté d’expression facilite la circulation et l’échange d’idées à tous les niveaux et dans tous les domaines. Nous savons par expérience que ces échanges libres de toute entrave encouragent la croissance et facilitent le choix ainsi que le changement dans nos valeurs sociales, politiques et culturelles.

Si cela est vrai au niveau collectif ou social, c’est également vrai des personnes. Nous savons aussi que la liberté d’expression nous permet d’optimiser notre potentiel en tant qu’êtres humains. J’ajouterais seulement, à titre de parenthèses, que les tribunaux nous ont rappelé, dans leurs décisions relatives à la Charte des droits et libertés, que ce sont là les valeurs essentielles de la liberté d’expression dans notre tradition juridique et politique. C’est cela, la liberté d’expression.

Dans le cas de la presse, il y a un élément important de valeur ajoutée. La presse joue un rôle institutionnel distinct. La presse doit «rendre des comptes», c’est son mandat, sa tâche et son premier défi. Vous avez probablement entendu cela auparavant. Certains ont dit que la presse était le «chien de garde» ou qu’elle avait un rôle ou une fonction de «chien de garde». On entend par là que la presse surveille les institutions gouvernementales de tous genres et à tous les niveaux; et qu’elle le fait pour notre compte. La presse nous dit — à nous les citoyens canadiens — ce que font



that the public comes by information and knows what our government is doing and is able to adopt a position to debate and evaluate the actions of our representative institutions.

It is through the press as a conduit that the public is able to hold those who exercise power over us — those institutions — accountable for their actions. Again, you sometimes see this watchdog role referred to as the “checking function” of the press in democratic systems of government.

That is a brief sketch of the role of the press, as I see it, in our legal and political tradition. We all understand those values and we do respect the institutional function that the press serves in our democracy. However, there is another aspect that can sometimes be forgotten or not given as much attention as it needs.

This brings me to my second point, which is to try to address, or explain, why the press can only fulfil this vital function if it is free from government regulation and interference. I will go out on a limb and say that I mean “free” in a strong and unconditional sense of the word. In doing that, I should be clear that I do not mean “absolute freedom” because that is a different thing. In my terms, “unconditional” means that, in principle, the press should be free to carry out its functions and institutional roles with no strings attached. I want to explain that by several examples.

Whether you agree with me or not is beside the point when I am exercising my expressive freedom. My proposition would be that my freedom to express myself is not contingent upon your approval or anyone else’s approval, including the government’s. That is the way I conceptualize freedom of expression. It turns out that I conceptualize freedom of the press in the same way. I would contend that the same principle applies to the press.

Most of us in this room — I am guessing — could probably identify press practices and characteristics that we simply do not like at all: such things as the undue commercialism of the press, the undue consumerism of the press, and the undue sensationalism of the press. Editorial policies have been talked about in recent years that are not seen as appropriate. There are concerns about the ownership structure. I think we would not have difficulty making up a list of press practices and characteristics for which we truly do not care.

By the same token, however, freedom of the press is not contingent upon whether you or I or the government happens to approve of those practices or those characteristics. In truth, it is the freedom that is protected, not the way in which it is exercised. That is the only way it can work.

We have a choice: Either the state can hold the press accountable to the government — which is what regulation attempts to do — or the press can hold the government accountable to the public by having the freedom to place public institutions under scrutiny. I do not think that it could be both ways. Once the press becomes accountable to the state by being placed under an umbrella of government regulation — which

ces institutions. C’est par la presse que le public reçoit des informations et apprend ce que fait notre gouvernement et peut, à partir de là, prendre position dans le débat et apprécier les mesures que prennent nos institutions représentatives.

C’est par le canal de la presse que le public est en mesure d’exiger des comptes de ceux qui nous gouvernent, de ces institutions. Là aussi, on dit parfois que ce rôle de chien de garde est le «rôle de contrepoids» de la presse dans un régime démocratique de gouvernement.

Voilà qui décrit en quelques mots le rôle de la presse, dans mon esprit, dans le contexte de notre tradition juridique et politique. Nous comprenons tous ces valeurs et nous respectons la fonction institutionnelle de la presse dans notre démocratie. Cependant, il est un autre aspect qui est parfois oublié ou qui ne reçoit pas autant l’attention qu’il mérite.

Ce qui m’amène à mon second point, qui consiste à dire ou à expliquer pourquoi la presse ne peut jouer ce rôle vital que si elle est libre de toute réglementation ou intervention du gouvernement. Je vais m’aventurer ici et dire que j’entends le mot «libre» dans son sens le plus fort et le plus inconditionnel. Ce faisant, je dois préciser que je n’entends pas par là une «liberté absolue» parce que ce n’est pas la même chose. Dans mon vocabulaire à moi, le mot «inconditionnel» veut dire qu’en principe, la presse doit être libre de jouer son rôle institutionnel sans qu’on lui impose de conditions. Je vais illustrer cela en citant quelques exemples.

Que vous soyez d’accord avec moi importe peu lorsque j’exerce ma liberté d’expression. J’avance que ma liberté d’expression ne dépend pas de votre approbation ou de l’approbation de quiconque, notamment de celle du gouvernement. C’est ainsi que je définis la liberté d’expression. Et il se trouve que je définis de la même manière la liberté de la presse. J’affirme que le même principe s’applique à la presse.

La plupart d’entre nous ici présents — j’imagine — pourraient probablement mentionner des pratiques ou des attributs de la presse qui nous déplaisent carrément: par exemple le mercantilisme indu de la presse, le consumérisme indu de la presse et le sensationnalisme indu de la presse. Il y a aussi ces politiques éditoriales dont on parle depuis quelques années qui semblent contre-indiquées. On s’inquiète aussi de la structure de la propriété dans la presse. Je pense que nous n’aurions pas de mal à dresser la liste des pratiques et attributs de la presse qui nous déplaisent souverainement.

Cela étant dit, toutefois, la liberté de la presse existe même si vous ou moi ou même le gouvernement n’approuvons pas ces pratiques ou ces attributs. En vérité, c’est la liberté qui est protégée, et non la façon dont elle est exercée. Ça ne peut pas marcher autrement.

Nous avons le choix: ou bien l’État exige que la presse rende des comptes au gouvernement — et c’est ce qu’une réglementation cherche à faire — ou la presse peut demander des comptes au gouvernement pour le bénéfice du public du fait qu’elle a la liberté de surveiller les institutions publiques. Je ne crois pas qu’on puisse avoir l’un et l’autre en même temps. Une fois que la presse devient comptable envers l’État étant donné

could be a big umbrella — it loses its independence. There is no avoiding that conclusion. When it loses that independence it loses its power to hold the government accountable and its ability to allow members of the public to hold the government accountable for the way in which it has been exercising its power.

I would say that independence and freedom from regulation are the conditions that the press requires to serve the principle of accountability and to discharge its institutional role. That is my second point that speaks to why freedom of the press is important to attach value to the freedom part of the press function.

This leads me to my third point, or my proposition, that I therefore conclude that freedom should be the rule and regulation should be the exception, and not the other way around. I would contend that a press that is not free is a press that is not effective, in light of those functions that we expect the press to fulfil.

I am not saying that regulation is not permissible because that would be a difficult position to defend and I would not want to place myself in that position. It is obvious that some amount of regulation is necessary, desirable and unavoidable. However, I am trying to say that a case must be made each time a regulation is renewed or new regulations are added. The case for regulation — I believe because of the importance of freedom of the press — has to be set at a fairly high threshold. I would encourage the committee, every time a regulation is being considered, to take into account, explicitly, the consequences for freedom of the press and the institutional role of the press.

I was going to make several comments about the Charter, but I think I will stop now so that we have time for questions.

In summary, we should not be regulating the press because there are certain things we do not like about it or because we think we can improve it, because, first and foremost, the press requires freedom and independence to function effectively. That is, to a large extent, why freedom of the press is a value and a right protected by the Charter. Rather than launch into a lecture of the Charter of Rights and Freedoms, I will wait to see if anyone is interested in asking a question about that.

**Senator Graham:** What you have had to say is very interesting. Our terms of reference speak to the media's role, rights and responsibilities in Canadian society. I wonder if you could tell us what you think the responsibilities of the media would be to Canadian society.

**Ms. Cameron:** First and foremost, the media has a responsibility to fulfil its institutional role as watchdog on the government. That is the main institutional role and responsibility that I see the press as having in our political system. However, I would broaden it beyond government institutions to include other non-governmental institutions that have significant power in Canadian society.

qu'elle se trouve placée sous le parapluie de la réglementation gouvernementale — et ce pourrait être un gros parapluie — elle perd son indépendance. C'est inévitable. Lorsqu'elle perd cette indépendance, elle perd le pouvoir d'exiger des comptes du gouvernement et elle ne peut plus permettre aux citoyens d'exiger des comptes du gouvernement sur la manière dont il exerce son pouvoir.

Je dirai que l'indépendance et la non-réglementation sont les conditions dont la presse a besoin pour respecter le principe de la reddition de comptes et pour s'acquitter de son rôle institutionnel. Voilà pourquoi je dis en deuxième lieu pourquoi la liberté de la presse est importante si l'on accorde de la valeur à l'aspect liberté du rôle de la presse.

Ce qui m'amène à mon troisième point, ou proposition, où je conclus par conséquent que la liberté doit être la règle et la réglementation, l'exception, et non le contraire. J'affirme qu'une presse qui n'est pas libre est une presse qui n'est pas efficace étant donné le rôle qu'on veut lui voir jouer.

Je ne dis pas que la réglementation doit être interdite parce que ce serait une position difficile à défendre et je ne voudrais pas me mettre dans cette position. Il est évident qu'une certaine réglementation est nécessaire, souhaitable et inévitable. Cependant, ce que j'essaie de dire, c'est que chaque fois qu'on ajoute ou renouvelle un règlement, il faut en prouver la nécessité. La réglementation — et je crois que c'est important étant donné l'importance de la liberté de la presse — doit obéir à un objectif assez élevé. J'encourage le comité, chaque fois qu'on envisagera d'adopter un règlement, à réfléchir mûrement aux conséquences qu'aurait ce règlement pour la liberté de la presse et son rôle institutionnel.

J'allais faire quelques observations au sujet de la Charte, mais je crois que je vais m'arrêter là pour que nous ayons assez de temps pour les questions.

En résumé, il ne faut pas réglementer la presse parce qu'il y a certaines choses que nous n'aimons pas dans la presse ou parce que nous croyons pouvoir l'améliorer, mais parce qu'avant tout, la presse doit être libre et indépendante si on veut qu'elle joue son rôle. Voilà, dans une large mesure, la raison pour laquelle la liberté de la presse est une valeur et un droit protégé par la Charte. Mais avant de me lancer dans un cours sur la Charte des droits et libertés, je vais attendre pour voir si quelqu'un veut poser une question à ce sujet.

**Le sénateur Graham:** Ce que vous avez à dire est très intéressant. Notre mandat fait état du rôle des médias, de ses droits et responsabilités dans la société canadienne. J'aimerais savoir quelle idée vous vous faites des responsabilités des médias dans la société canadienne.

**Mme Cameron:** Tout d'abord, les médias ont la responsabilité de jouer leur rôle institutionnel comme chien de garde du gouvernement. C'est à mon avis le rôle institutionnel et la responsabilité primordiale de la presse dans notre régime politique. Cependant, j'irais plus loin que les institutions gouvernementales et j'inclurais d'autres institutions non gouvernementales qui exercent un pouvoir considérable dans la société canadienne.



I think the primary responsibility of the press is to address the accountability function and to discharge its responsibility to gather information for the public and then to make that information accessible to the public through print and electronic media. In that way, the public acquires the information that it needs to evaluate our various public institutions, to debate their policies and their actions, and to respond to those actions. That would be first and foremost what I see the press as being charged to do.

There is also a sense that — perhaps not in your question or in the terms of reference — the press often behaves in a way that is irresponsible or unseemly. What do we do about that and why can we not regulate that? I do not know if that is part of what you were getting at, but I want to address that because I think it is a concern.

We all know about concerns about the press and the negative or less noble aspects of the press — both in its structure and its operations. In terms of those responsibilities and whether the press has a responsibility to be ethical and professional and so forth, I do not see that as an area for government regulation. I know that self-regulation is imperfect. I know the press's capacity to regulate itself will always be imperfect.

I also accept that the public has a limited ability to hold the press accountable for excesses or inappropriate behaviour. At the same time, the dangers of government regulation and government interference with editorial policies and other aspects of the press operation are so great that I think the question of responsibility has to be hands-off on the part of the government. I do not know if I have responded.

**Senator Graham:** You are getting there. One of my pet themes is that I think the press has a responsibility in terms of education. We often hear — not necessarily before this committee — that there is a lack of balance in the press and that some editorials or positions taken by newspapers, print media, are driven by ownership.

You cannot regulate balance and have freedom of the press. I believe in freedom of the press. I made a speech about it in the Senate chamber several years ago on the occasion of the 250th anniversary of *The Halifax Gazette*.

We talked the other day about headline grabbers — the headline being sometimes misleading and not relevant to the body of the story. Have you encountered such instances as that?

Should there be a code of ethics? Is there a code of ethics? Or again, would we be infringing upon the freedom of the press?

**Ms. Cameron:** I am afraid my response will not be very satisfying to anyone. You take your chances with freedom — including freedom of the press. There will be good newspapers

Je crois que la première responsabilité de la presse est d'exiger des comptes et de s'acquitter de cette responsabilité en réunissant des informations à l'intention de la population et en rendant ces informations accessibles par l'imprimé et l'électronique. Ainsi, la population acquiert l'information dont elle a besoin pour apprécier ses diverses institutions publiques, pour discuter de leurs idées et de leurs besoins et pour réagir à ces mesures. Voilà qui constitue à mon avis le premier devoir de la presse.

Certains ont aussi l'impression — et cela n'entre peut-être pas dans votre question ou dans votre mandat — que la presse se conduit souvent d'une manière que l'on juge irresponsable ou indigne. Qu'allons-nous faire à ce sujet et pourquoi ne pouvons-nous pas réglementer cela? Je ne sais pas si c'est de cela dont vous voulez discuter, mais je tiens à en parler parce que je crois que la question nous préoccupe.

Nous connaissons tous les reproches que l'on fait à la presse et ses aspects négatifs ou moins nobles, tant dans sa structure que dans son fonctionnement. Au sujet de ces responsabilités, et pour ce qui est de savoir si la presse a la responsabilité d'être respectueuse de l'éthique, de la conscience professionnelle et du reste, il n'y a pas là pour moi matière à réglementation gouvernementale. Je sais que l'autoréglementation est imparfaite. Je sais que la capacité qu'a la presse de se réglementer elle-même sera toujours imparfaite.

J'admets aussi que la population a des moyens limités lorsqu'il s'agit d'exiger des comptes de la presse parce que son comportement est excessif ou inapproprié. Cela dit, les dangers d'une réglementation ou d'une intervention gouvernementale au niveau des politiques éditoriales et des autres aspects du fonctionnement de la presse sont tellement grands qu'à mon avis, la question de la responsabilité de la presse ne doit pas entrer dans les attributions du gouvernement. Je ne sais pas si j'ai répondu à votre question.

**Le sénateur Graham:** Vous n'en êtes pas loin. J'aime à dire entre autres choses qu'à mon avis, la presse a une responsabilité en matière d'éducation. On entend souvent dire — et pas nécessairement à notre comité — qu'il y a un manque d'équilibre dans la presse et que certains éditoriaux ou certaines positions prises par les journaux, les médias imprimés, sont dictés par les propriétaires.

On ne peut pas imposer l'équilibre par la réglementation et avoir en même temps la liberté de la presse. Je crois dans la liberté de la presse. J'ai prononcé un discours à ce sujet au Sénat il y a quelques années de cela, lors du 250<sup>e</sup> anniversaire du *Halifax Gazette*.

Nous avons parlé l'autre jour des gros titres, la manchette étant parfois trompeuse et sans rapport avec l'article. Avez-vous été témoin de cas comme ça?

La presse devrait-elle avoir un code d'éthique? E a-t-elle un? Ou serait-ce encore une fois une atteinte à la liberté de la presse?

**Mme Cameron:** Je crains que ma réponse ne satisfère personne. On prend ses risques avec la liberté, notamment la liberté de la presse. Il y aura toujours de bons journaux et de mauvais

and bad newspapers, and good headlines and bad headlines. It is so problematic to start regulating in that area. I would be opposed to any kind of government regulation that is aimed at professionalism or ethics or those kinds of aspects of press governance.

I should not be saying this, because I am sitting here in a government building, but the biggest concentration of power and ownership is the government itself. The press is imperfect.

**Senator Graham:** I am not suggesting that anyone try to regulate balance. I was wondering if you would feel that the media in general should have some kind of an ethical responsibility in terms of providing not only coverage and accountability but, as well, balance, that they have to regulate themselves.

**Ms. Cameron:** I would agree with that. However, I would say that regulation cannot be directed by the government. I agree they have a responsibility, but that is a self-governance issue.

**Senator Merchant:** Thank you for your comments. They are very provocative.

You spoke about the watchdog function of the press. In this country, we have a press that is publicly funded, and we also have other press. There has been some talk in this committee of setting up a publicly funded newspaper. I am wondering how that would work. Given the watchdog power of the press, would their dependence for funding on the government per se, attach some strings to the way they behave? I think that there is a good and bad side to it.

**Ms. Cameron:** I agree with what you seem to be suggesting. A publicly funded newspaper — in my view, and others could disagree — would not have the degree of independence necessary for that newspaper to play that watchdog role. I see the two as inconsistent. You can have a publicly funded newspaper, but you cannot expect it to be completely independent. It just does not work that way.

**Senator LaPierre:** Why? The CBC is funded by the Canadian government. I have, in 40 years, seen only one instance where, during the Diefenbaker era, there were some problems with some editorials. We have had the CBC for decades and there has been no problem at all.

Why would a public newspaper operating under the same rules be any different? Is that a prejudice of yours, madam?

**The Chairman:** Senator LaPierre, do not impugn motives.

**Ms. Cameron:** I have prejudices, to which I will admit, however, I need to make a distinction. When I talk about independence in response to the question, there are two senses in which I mean independence. There is independence from government, and then there is independence from the public.

My point would not be that a publicly funded newspaper would not be independent from the government. I accept that the CBC is independent from the government; but because it is

journaux, de bonnes manchettes et de mauvaises manchettes. Il est tellement difficile de réglementer dans ce domaine. Je m'opposerais à toute forme de réglementation gouvernementale qui vise le professionnalisme ou l'éthique ou ces autres aspects de la gouvernance médiatique.

Je ne devrais peut-être pas dire cela parce que je me trouve dans un édifice gouvernemental, mais le plus grand patron de presse est le gouvernement lui-même. La presse est imparfaite.

**Le sénateur Graham:** Je n'ai dit nullement qu'il faut imposer l'équilibre par la réglementation. Je voulais savoir si, à votre avis, les médias en général devraient avoir une responsabilité éthique quelconque au niveau, non seulement de la couverture et de la reddition de comptes, mais aussi au niveau de l'équilibre, que la presse doit se réglementer elle-même.

**Mme Cameron:** Je serais d'accord avec cela. Cependant, je dirais que la réglementation ne peut pas être imposée par le gouvernement. Je suis d'accord avec vous pour dire que la presse a une responsabilité, mais c'est une question d'autogouvernance.

**Le sénateur Merchant:** Merci pour ces commentaires. Vous avez beaucoup stimulé notre réflexion.

Vous avez parlé du rôle de chien de garde de la presse. Dans notre pays, nous avons une presse qui est financée par l'État, nous avons aussi une presse privée. On a parlé ici au comité de créer un journal qui serait financé par l'État. Je me demande comment ça marcherait. Étant donné le pouvoir qu'a la presse à titre de chien de garde, étant donné que ce journal vivrait de l'aide gouvernementale, est-ce que ce ne serait pas lui lier les mains? Je crois qu'il y a du bon et du mauvais dans cette idée.

**Mme Cameron:** Je suis d'accord avec ce que vous semblez dire. Un journal financé par l'État — et c'est mon avis, d'autres pourraient être en désaccord — n'aurait pas l'indépendance qu'il lui faudrait pour jouer ce rôle de chien de garde. Je vois une contradiction entre les deux. On peut avoir un journal financé par l'État, mais on ne peut pas s'attendre à ce qu'il soit totalement indépendant. Ça ne marche tout simplement pas comme ça.

**Le sénateur LaPierre:** Mais pourquoi? Radio-Canada est bien financée par l'État canadien. En 40 ans, je n'ai vu qu'un seul cas — c'était à l'époque de Diefenbaker — où certains éditoriaux ont posé certains problèmes. Radio-Canada existe depuis des décennies, et il n'y a jamais eu de problème.

Pourquoi alors en irait-il autrement d'un journal financé par l'État, qui obéirait aux mêmes règles? Avez-vous un préjugé à cet égard, madame?

**La présidente:** Sénateur LaPierre, ne prêtez pas de motifs au témoin.

**Mme Cameron:** J'ai des préjugés, et je les avoue volontiers; cependant, il y a une distinction que je dois établir. Quand je parle d'indépendance en réponse à votre question, ce mot a deux sens. Il y a, d'une part, l'indépendance par rapport à l'État, et d'autre part, il y a l'indépendance par rapport au public.

Je ne dis pas qu'un journal financé par l'État ne serait pas indépendant du gouvernement. J'admets que Radio-Canada est indépendante du gouvernement; mais étant donné qu'elle est



publicly funded, I do not believe that it is fully independent — it is accountable to the public because its funding comes from the public.

I think there are strings attached to the CBC in the way it functions by virtue of the fact that it is publicly funded. As was noted, there are good things about that — there are positive features about the fact that the CBC is publicly funded — but there are some negative aspects to it as well. That lack of complete independence is one of the negative things I see about publicly funded press institutions.

**Senator Merchant:** I am not saying that the CBC is bad. I am not saying they are anti-government, but sometimes they bend over backwards to assert their independence. They are trying too hard to be independent from the government or the public. On the other hand, because they depend for their funding on the government and public, sometimes they bend the other way. I think they are pulled from two sides.

**Ms. Cameron:** I would add to that, and perhaps finish off by saying we cannot pretend that the public funding is not an aspect of the CBC. You cannot pretend it is not part of how the CBC operates.

**Senator Carney:** I always enjoy correcting a professor of history. I wanted to establish on the record that what Senator LaPierre cited was not the only example of direct interference in the CBC. The outstanding example of interference in the CBC was when it was asked by the government and complied with the request, to announce the FLQ manifesto, with which you will be very familiar. I do not want to get into a debate on that.

**Senator LaPierre:** Madam, this is not a fair statement. If you want to go into that, I will do so with great pleasure and delight.

**The Chairman:** Our witness is not an expert on that.

**Senator Carney:** There are two issues I would like to raise with the witness. One deals with the Charter of Rights and Freedoms. It may be too lengthy to go into in a committee, but there is the question that has been raised in the committee that the Charter of Rights and Freedoms “guarantees the rights and freedoms set out in it subject only to such reasonable limits prescribed by law as can be demonstrably justified in a free and democratic society.”

Could you provide the committee with a list of such jurisprudence? It would be useful to know that. There must be a list of what is the jurisprudence that covers reasonable limits prescribed by law as can be demonstrably justified in a free and democratic society. Could I ask for that, chair, rather than have her outline it all at this meeting?

financée par l'État, je ne crois pas qu'elle soit totalement indépendante; elle doit rendre des comptes au public étant donné que son financement lui vient du public.

Je crois que certaines conditions sont imposées à Radio-Canada dans son fonctionnement du fait qu'elle est financée par l'État. Comme on l'a dit, il y a du bon là-dedans — il y a des avantages au fait que Radio-Canada soit financée par l'État — mais il y a aussi du mauvais là-dedans. L'absence de complète indépendance est un des éléments négatifs que je vois dans ces organes de presse qui sont financés par l'État.

**Le sénateur Merchant:** Je ne dis pas que Radio-Canada ne fait rien de bien. Je ne dis pas qu'elle est contre le gouvernement, mais il y a des moments où elle en fait trop lorsqu'elle affirme son indépendance. Elle fait du zèle lorsqu'elle affiche son indépendance par rapport au gouvernement et au public. D'un autre côté, étant donné qu'elle reçoit son financement du gouvernement et du public, elle en fait parfois trop. Je crois qu'elle est déchirée entre deux extrêmes.

**Mme Cameron:** J'ajouterais un mot à cela, et je conclurai peut-être en disant qu'on ne peut pas prétendre que le financement public ne joue aucun rôle à Radio-Canada. On ne peut pas prétendre que cela n'intervient pas dans le fonctionnement de Radio-Canada.

**Le sénateur Carney:** J'adore corriger les professeurs d'histoire. Et je tiens à rappeler pour mémoire que l'exemple qu'a mentionné le sénateur LaPierre n'a pas été le seul cas d'intervention directe dans les affaires de Radio-Canada. L'exemple le plus flagrant en ce sens a été le moment où le gouvernement lui a demandé de lire le manifeste du FLQ, et Radio-Canada s'est inclinée, c'est un cas que vous connaissez très bien. Mais je ne veux pas m'engager dans un débat là-dessus.

**Le sénateur LaPierre:** Madame, vous êtes injuste. Si vous voulez entrer dans ce débat, je vous y rejoindrai avec le plus grand plaisir.

**La présidente:** Notre témoin n'est pas une spécialiste de cette question.

**Le sénateur Carney:** J'aimerais poser deux questions à notre témoin. La première porte sur la Charte des droits et libertés. Le sujet est peut-être trop vaste pour en discuter au comité, mais on a rappelé ici cette disposition de la Charte des droits et libertés qui «garantit les droits et les libertés qui y sont énoncés et qui ne peuvent être restreints que dans des limites qui soient raisonnables et dont la justification puisse se démontrer dans le cadre d'une société libre et démocratique».

Pourriez-vous communiquer au comité une liste des cas de jurisprudence sur cette question? Cela nous aiderait. Il doit bien exister une liste des cas de jurisprudence qui traite des limites raisonnables qui sont imposées par la loi et dont la justification peut se démontrer dans le cadre d'une société libre et démocratique. Est-ce que je peux demander cela, madame la présidente, plutôt que de lui demander de faire un exposé complet sur cette question pendant notre séance?

**Ms. Cameron:** For clarification, that would be a very long list. I am assuming you are asking about a list of cases that are specific to section 2. (b), which is freedom of expression in the press?

**Senator Carney:** Yes, it would be an addendum to your argument.

**Ms. Cameron:** I will make a note.

**The Chairman:** That would be very helpful to the committee.

**Senator Carney:** I thought so. In Senate hearings, you never have enough time to explain how you got to where you are in your thinking.

**Ms. Cameron:** I can give you a little list. I can also provide excerpts of some of the passages from Supreme Court jurisprudence that show the court's recognition of the function of the press. That recognition has taken place most prominently in cases dealing with the open court principle, access to court proceedings and so on. It is good general discussion.

**Senator Carney:** Thank you. That will help us, I think. My question is are we beating a dead horse on this issue? Today we have had witnesses point out that most young people gather just as much news as my generation did, but they do it on the Internet, which is an uncontrolled media source.

I would be interested in your view on how or what you regulate, or how you deal with the issues, when the news comes on the Internet. As one example, if you receive a picture of a battle and it is not clear that that photo was taken on, say, a warship by someone on the crew, and it is sent to the media but nobody knows the source, how does that fit into your legal framework?

In that context, the most compelling trend in media today is that the audience self-selects. They do not care what the editorial says, they do not care about the pages; they want access to a specific sports channel for a specific result or a specific report on what is happening here or there. They are not being given something they read and select from — they select from the media. In that kind of environment, what sort of jurisprudence applies?

**Ms. Cameron:** If I could try to reduce that down to a point question, what I understand you to be asking is, "what is the point of regulation?" There is so much out there that we can never control.

**Senator Carney:** Yes, but I am asking for something more specific than that.

If, in fact, there have to be reasonable limits prescribed by law, how do you apply that in an era when people are self-selecting their news from unidentified sources on the Internet, which is unregulated? I am asking you as an expert in your field, or is this something that we do not know and that should be researched?

**Mme Cameron:** Cette liste serait très longue, vous devez le savoir. J'imagine que vous voulez avoir la liste des cas qui portent sur l'alinéa 2b) où il est question de la liberté de la presse?

**Le sénateur Carney:** Oui, et cela s'ajouterait à votre argument.

**Mme Cameron:** J'en prends note.

**La présidente:** Cela rendrait un grand service au comité.

**Le sénateur Carney:** C'est ce que j'ai pensé. Aux audiences du Sénat, les témoins n'ont jamais assez de temps pour expliquer la genèse de leur pensée.

**Mme Cameron:** Je peux vous fournir une petite liste. Je peux aussi vous fournir des passages de la jurisprudence de la Cour suprême où celle-ci reconnaît la fonction de la presse. Cette reconnaissance a été exprimée surtout dans des cas qui traitaient de la transparence des tribunaux, de l'accès aux procédures et le reste. C'est la base d'une bonne discussion générale.

**Le sénateur Carney:** Merci. Cela nous sera utile, je pense. Mais je me demande en fait si ce débat est vraiment utile? Nous avons entendu les témoins aujourd'hui qui ont dit que la plupart des jeunes consomment autant de nouvelles que ma génération mais qu'ils les trouvent sur l'Internet, qui est une source d'information non contrôlée.

J'aimerais que vous nous disiez comment on peut réglementer cela, ou ce que l'on peut réglementer, ou comment on traite ces problèmes lorsque les nouvelles nous viennent de l'Internet. Par exemple, si vous recevez une photo d'une bataille et qu'il n'est pas clair que cette photo a été prise, disons, à bord d'un navire de guerre par un membre de l'équipage, et que cette photo a été envoyée aux médias et que personne n'en connaît la source, comment ce genre de chose se situe-t-il dans votre cadre juridique?

Dans ce contexte, la tendance la plus marquée dans les médias aujourd'hui est le fait que c'est l'auditoire qui choisit. Il n'écoute pas les éditorialistes, il ne se préoccupe pas du contenu des pages; il veut avoir accès à une chaîne sportive en particulier, connaître un certain résultat ou avoir un rapport précis sur ce qui se passe ici ou là-bas. On ne lui donne pas quelque chose à lire, c'est lui qui fait son choix entre les médias. Dans ce genre d'environnement, quelle est la jurisprudence qui s'applique?

**Mme Cameron:** Si je peux réduire ce que vous dites à une seule question, si je vous comprends bien, vous me demandez «à quoi sert la réglementation?» Il y a tant de choses qui circulent qu'on ne peut rien contrôler.

**Le sénateur Carney:** Oui, mais ma question est plus précise que cela.

S'il doit y avoir en fait des limites raisonnables imposées par la loi, comment faire respecter ce principe à une époque où les gens choisissent eux-mêmes leurs nouvelles à partir de sources non identifiées sur l'Internet, qui n'est pas réglementé? Je vous pose la question à titre d'experte dans votre domaine, ou s'agit-il d'un domaine que nous ignorons et qui devrait faire l'objet d'une recherche?



**Ms. Cameron:** I do not know the answer to that. We might be talking about something that is impossible. Perhaps the next witness would be able to answer that question a little better, knowing more about the Internet; but certain forms of communication at present are not particularly amenable to regulation.

**Senator Carney:** They are the ones that increasingly are delivering information to the next generation. Are we beating a dead horse? Do we care about media ownership? Do we care about cross-ownership of material if people are getting information from a variety of sources, none of which are really recognized in the mainstream? That is my question.

**Ms. Cameron:** I would say that the committee would still have to think through what it can regulate, and what it would be desirable to regulate, even though there might be certain forms of communication that are problematic. The answers to the regulation issue have not emerged at this point. To put it more simply, you cannot throw your hands up because there are certain things about which you cannot do anything. You still have to address what you can do something about.

**Senator Spivak:** You have raised some very interesting questions. For example, how does reasonable limit — and the concept of freedom as well — come into the mix with Canadian content? Is that a reasonable limit on freedom?

In addition, there is the long-held tradition that freedom means freedom of any reporter or press person to write whatever they want, but that ownership should confine themselves to the editorial page. In your view, does that infringe on the freedom? I think I agree with you, to a certain degree, about government regulation of newspapers. However, what about the kind of professional regulation that exists in every sphere, such as those for judges, lawyers and doctors? They all have infringements on their freedom in the name of community values and the public interest.

Apart from the fact that freedom should be unconditional, as you put it, what about the specific elements that exist? Ownership is also a factor because we now have great concentration. Does your concept of freedom hold merit when the owners impose their values, such as in the case of the newspapers in Canada and in the U.S. It is almost like propaganda from government: that control what is said in their countries' media. I am interested in the nuances.

**Ms. Cameron:** You have raised a great deal so I will start with a point that you made somewhere in the middle. I understood you to say that if we regulate doctors, lawyers, dentists and accountants, why should there be a special immunity for the press?

**Senator Spivak:** I spoke in terms of professional standards.

**Mme Cameron:** Je n'ai pas la réponse à cette question. Il se peut qu'on parle d'une impossibilité. Peut-être que le prochain témoin pourra mieux répondre à cette question, étant donné qu'il connaît mieux l'Internet; mais il existe en ce moment certains moyens de communication qui ne se prêtent pas bien à une réglementation.

**Le sénateur Carney:** Ce sont ceux qui, de plus en plus, alimentent la prochaine génération en information. Le débat est-il inutile? Qui se préoccupe de la propriété des médias? Qui se préoccupe des propriétés croisées si les gens obtiennent leurs informations de diverses sources, dont aucune n'est vraiment reconnue par les médias traditionnels? C'est la question que je pose.

**Mme Cameron:** Je répondrai que le comité devra quand même s'interroger sur ce qu'il peut réglementer, et sur ce qu'il est souhaitable de réglementer, même s'il subsiste certains moyens de communication qui font problème. Les réponses à la question de la réglementation ne sont pas encore apparues. Ou pour dire les choses plus simplement, vous ne pouvez pas baisser les bras parce qu'il y a certains secteurs où vous ne pouvez rien faire. Vous devez quand même vous demander ce que vous pouvez faire.

**Le sénateur Spivak:** Vous avez soulevé des questions très intéressantes. Par exemple, dans quelle mesure la notion de limite raisonnable — et la notion de liberté aussi — interviennent dans la question du contenu canadien? S'agit-il là d'une limite raisonnable à la liberté?

En outre, il y a cette tradition ancienne qui maintient que la liberté, c'est la liberté de tout reporter ou journaliste qui peut écrire tout ce qu'il veut, mais que le propriétaire doit se limiter à la page éditoriale. À votre avis, est-ce là une atteinte à la liberté de la presse? Je crois que je suis d'accord avec vous, dans une certaine mesure, au sujet de la réglementation des journaux. Cependant, qu'en est-il du genre de réglementation professionnelle qui existe dans toutes les sphères d'activité, par exemple, pour les juges, les avocats et les médecins? Toutes ces professions doivent tolérer des atteintes à leur liberté du fait des valeurs sociales et de l'intérêt public.

Outre le fait que la liberté doit être inconditionnelle, comme vous dites, qu'en est-il de ces éléments particuliers qui existent? La question de la propriété se pose aussi étant donné que la concentration de la presse est très forte aujourd'hui. Est-ce que l'idée que vous vous faites de la liberté tient toujours à l'heure où les propriétaires imposent leurs valeurs, comme c'est le cas de certains journaux au Canada et aux États-Unis? Cela ressemble presque à la propagande des gouvernements qui contrôlent tout ce qui se dit dans les médias de leur pays. Ce sont les nuances qui m'intéressent.

**Mme Cameron:** Vous avez soulevé une foule d'idées, je vais donc commencer par une observation que vous avez faite quelque part au milieu de votre intervention. Si j'ai bien compris, vous dites que si l'on réglemente les médecins, les avocats, les dentistes et les comptables, pourquoi devrions-nous traiter la presse différemment?

**Le sénateur Spivak:** J'ai parlé de normes professionnelles.

**Ms. Cameron:** The quick answer is that, unfortunately, lawyers, doctors, dentists, et cetera are not constitutionally guaranteed but the press is. The fact is that there is a Constitutional guarantee that privileges the press. That is where we start. We only had that as of 1982 but even so, the special position of the press was acknowledged in Anglo-Canadian tradition.

**Senator Spivak:** What about reasonable limits?

**Ms. Cameron:** My first point was that there is a difference between the press and the other professions that I am claiming should be unconditionally protected, but only as a matter of principle.

On the point about reasonable limits, the Charter demands a two-step process. The first step is to determine whether there has been an infringement of a Charter right, such as freedom of the press. Even though a government regulation might infringe on freedom of the press, it does not mean that it is unconstitutional because section 1 allows reasonable limits on Charter rights to be upheld as justifiable in a free and democratic society.

**Senator Spivak:** Such as Canadian content.

**Ms. Cameron:** The Canadian content rules pre-dated the Charter and they are an infringement of freedom of the press. They are an infringement because they interfere with the editorial choice or, for example, the prerogative of the radio station to choose its music. They are an infringement of the Charter guarantee.

I am not aware that the Canadian content regulations have been put to the test in Charter litigation but there may be differences of opinion about whether those regs are a reasonable limit under section 1. If you had to ask me to guess, I would say they would stand a good chance of being upheld. Nonetheless, they are derogation from freedom of the press.

That is why I tried to be careful to say that, as a matter of principle, we need to think of the press as being unconditionally free. However, the fact of the matter is that there is no absolute freedom and that limits on the freedom of the press are permissible. For limits on freedom of the press to be permissible, they have to be "justified" so there has to be a rationale — a convincing reason — why Canadian content regulations or any other interference with freedom of the press are acceptable.

The form of the regulation also has to be constitutionally permissible in the sense that it needs to be drafted to impair the freedom as little as possible. Therefore, limits on freedom of the press are definitely permissible under the Charter and they have to be reasonable. There is a bit of a burden placed on government to take some care in drafting the regulations. That is part of how the freedom is protected. The Charter contemplates what I always call "an equilibrium," or a balance between the enjoyments of the rights on the one hand and the reasonable limits that represent democratic values on the other hand.

**Mme Cameron:** La réponse à cela, en deux mots, c'est que, malheureusement, les avocats, les médecins, les dentistes et les autres ne sont pas protégés par la Constitution, à la différence de la presse. Le fait est qu'il existe une garantie constitutionnelle qui privilégie la presse. Il faut partir de là. Cette disposition n'existe que depuis 1982, mais le fait est que la tradition anglo-canadienne a toujours reconnu le rôle spécial à la presse.

**Le sénateur Spivak:** Qu'en est-il des limites raisonnables?

**Mme Cameron:** Ce que je disais au début, c'est qu'il y a une différence entre la presse et les autres professions, et je dis que la presse doit être protégée de façon inconditionnelle, mais que ce n'est là qu'une question de principe.

Au sujet des limites raisonnables, la Charte impose un processus en deux étapes. Il s'agit d'abord de déterminer s'il y a eu atteinte à un droit garanti par la Charte, par exemple la liberté de la presse. Même si un règlement gouvernemental peut porter atteinte à la liberté de la presse, cela ne veut pas dire qu'on a enfreint la Constitution étant donné que l'article 1 autorise des limites raisonnables aux droits de la Charte dont la justification peut se démontrer dans le cadre d'une société libre et démocratique.

**Le sénateur Spivak:** Le contenu canadien par exemple.

**Mme Cameron:** Les règles relatives au contenu canadien sont antérieures à la Charte, et elles constituent un empiètement sur la liberté de la presse. C'est un empiètement étant donné qu'on intervient dans le choix éditorial ou, par exemple, dans la prerogative qu'a une station de radio de choisir sa musique. C'est un empiètement sur la garantie de la Charte.

J'ignore si le règlement sur le contenu canadien a fait l'objet d'une contestation aux termes de la Charte, mais il peut y avoir des divergences d'opinion sur la question de savoir si ce règlement constitue une limite raisonnable au sens de l'article 1. Si l'on me demande de hasarder une opinion, je dirais que ce règlement aurait une bonne chance d'être maintenu. Il s'agit néanmoins d'un empiètement sur la liberté de la presse.

Voilà pourquoi j'essayais d'être prudente lorsque je disais que par principe, nous devons imaginer une presse totalement libre. Cependant, le fait est que la liberté absolue n'existe pas et qu'il y a des limites tolérables à la liberté de la presse. Pour que les limites à la liberté de la presse soient tolérables, elles doivent se «justifier» et il doit y avoir une raison — une raison convaincante — expliquant pourquoi le règlement sur le contenu canadien ou tout autre empiètement sur la liberté de la presse sont acceptables.

Le règlement doit aussi être libellé dans une forme qui est constitutionnellement acceptable en ce sens qu'il limite le moins possible la liberté. Par conséquent, il est certainement admissible, aux termes de la Charte, de limiter la liberté de la presse et ces limites doivent être raisonnables. Il incombe toutefois au gouvernement de rédiger le règlement avec un certain soin. Cela fait partie des contraintes pour protéger la liberté. Dans la Charte, on s'efforce toujours de conserver l'équilibre entre la jouissance des droits, d'une part, et les limites raisonnables conformes aux valeurs démocratiques, d'autre part.



That balance works out on a case-to-case basis. It depends on the nature of the interference; on how serious the interference is; on how strong the government's reason for the interference is; and how carefully the government crafted its regulation to keep a balance between protecting the right and achieving government objectives.

You did ask about the ownership issue. I do not have a good answer to that because I do not like what I see in many cases with heavy-handed owners imposing values and decreeing editorial policy, and so on. I do not care for that very much. At the same time — and I think I said this before — even though that is a problem, it has to be worked out in the field and cannot be the subject of heavy-handed government interference. That would be too dangerous. That is the best I can do in response to that issue.

**Senator LaPierre:** Where did you get the idea that the press is the watchdog of the government? I thought that we have a democracy and that the people are responsible for “watch-dogging” the government are the elected members. The Canadian people, generally, are the watchdogs.

Why do we have this principle of “the watchdog” of the government from which arises all of the other contentious statements that you have made about freedom of the press? Is the basis of your argument that by adopting a watchdog role, you can do whatever you like with the freedom of the press?

**Ms. Cameron:** Not quite. I will go back to the underlying values of freedom of expression that were not, per se, based on the watchdog role that you have asked me about. The broader reasons that freedom of expression is valued in our tradition also work to the benefit of the press. That is over, above and apart from any kind of watchdog role.

As to the watchdog role, it is my view that democracies depend on a mechanism in place whereby the actions of the representative institutions can come under debate and scrutiny so that the public — who elects their representatives to government — can evaluate those actions. Members of the public do not have a great deal of immediate access to government and representative institutions on a day-to-day basis, except through the information that is provided by the press. The press, from that point of view, has a special responsibility to serve the public by engaging in a news gathering function that looks across the spectrum of government functions.

They should consider not only the people who sit in the parliamentary buildings, but the police and all the servants of the public. The press has an obligation to the public to gather information about those institutions and the public servants and then to inform the public and to comment to the public about how those institutions and individuals are performing their function. It is not limited to government institutions, but is broad enough to capture non-government institutions that have

Cet équilibre est appliqué au cas par cas. Tout dépend de la nature de l'empiètement, de la gravité de cet empiètement; des raisons invoquées par le gouvernement pour ce faire; et du soin et de l'attention accordés par le gouvernement à la rédaction du règlement afin de conserver l'équilibre entre la protection d'un droit et l'atteinte des objectifs du gouvernement.

Vous avez posé une question sur la propriété. Je n'ai pas de bonne réponse à vous donner, parce que je n'aime pas ce que je constate dans bien des cas, lorsque des propriétaires qui ont la main lourde imposent leurs valeurs et décrètent la politique rédactionnelle, etc. Je n'aime pas beaucoup cela. En même temps, et je pense l'avoir déjà dit, même si c'est effectivement un problème, ce problème a été réglé par les intervenants sur le terrain et ne doit pas donner lieu à une ingérence indue du gouvernement. Ce serait trop dangereux. C'est le mieux que je peux faire pour répondre à cette question.

**Le sénateur LaPierre:** Où avez-vous donc pris l'idée que la presse est le chien de garde du gouvernement? Je pensais que nous étions en démocratie et que c'était le peuple qui était responsable de surveiller les agissements du gouvernement et des représentants élus. C'est la population canadienne, dans son ensemble, qui est le chien de garde.

Pourquoi avons-nous établi ce principe du «chien de garde» du gouvernement, dont découlent toutes les autres déclarations controversées que vous avez faites au sujet de la liberté de la presse? Est-ce que votre argument est fondé sur le fait qu'en adoptant un rôle de chien de garde, vous pouvez faire ensuite tout ce qui vous plaît pour ce qui est de la liberté de la presse?

**Mme Cameron:** Pas tout à fait. Je vais revenir aux valeurs fondamentales de la liberté d'expression qui ne sont pas fondées, en tant que telles, sur ce rôle de chien de garde au sujet duquel vous m'interrogez. Les raisons plus vastes pour laquelle la liberté d'expression est valorisée dans notre tradition jouent également à l'avantage de la presse. Cela s'ajoute à tout rôle de surveillance qui peut exister.

Quant à ce rôle de surveillance, je suis d'avis qu'en démocratie, il faut avoir en place un mécanisme par lequel les faits et gestes des institutions représentatives font l'objet d'un débat et d'un examen, de manière que le public, qui élit ses représentants au gouvernement, puisse évaluer le tout. Les membres du grand public n'ont pas un accès immédiat au gouvernement et aux institutions représentatives, de manière courante et quotidienne, sinon par l'information qui est transmise par la presse. De ce point de vue, la presse a une responsabilité toute particulière de servir le public en assumant une fonction de collecte et de diffusion des nouvelles sur tout l'éventail des fonctions gouvernementales.

Ainsi, les journalistes doivent s'attarder non pas seulement aux élus qui siègent dans l'enceinte du Parlement, mais aussi à la police et à tous les serveurs du public. La presse a l'obligation envers le public de recueillir de l'information sur ces institutions et sur la fonction publique, et ensuite d'informer le grand public et de commenter à l'intention du public la manière dont ces institutions et ces personnes remplissent leurs fonctions. Cela n'est pas limité aux institutions gouvernementales, le mandat est

very high degree of power and authority and very public functions. For example, the matter of the Red Cross and blood supply issues.

That is what I mean by the watchdog functions. I did not make it up. It is entrenched in the constitutional jurisprudence — not only after but before the Charter as well. The watchdog word was not used, but the accountability principle is well understood nonetheless.

**Senator LaPierre:** When I was in bible school, I was taught that the margin of my freedom ended exactly where it infringed upon the freedom of another student in the bible school. From that I gathered the principle that any granted freedom in a democratic society ends exactly where it infringes upon the freedom of another person.

If one accepts the thesis that the freedom of the press is unlimited, except what is limited by the Criminal Code and laws of libel, the end result would be that my right to the freedom of my opinion — which includes the freedom to free and varied information — might be infringed upon by the press. Therefore, it is the responsibility of the state through a democratic process to establish rules and regulations to preserve my right to freedom of opinion. Therefore, the balance must be restabilized. If the balance is to be restabilized, the only agency in the democracy capable of doing this is the state through its elected officials.

Is that an absurd thesis?

**Ms. Cameron:** No it is not. It is one with which I do not agree. I have said that I meant unconditional freedom at the level of principle because restrictions are permissible. Attention should be paid to the consequences of freedom of the press any time a proposal for renewing or adding regulation is being considered.

The only other comment I would make is that as a constitutional scholar and an academic I am uncomfortable with any sort of proposition that the government has a legitimate role to play in controlling the content of expression — whether it be by an individual or a member of the press. In the case of the press, I am also uncomfortable with the general proposition that it is appropriate for the government to control or manage the structure of the press. That is my opinion.

**Senator Corbin:** Senator LaPierre got on the line that I wish to explore with the witness. Are you saying there can be no democracy without the press as we know it today?

**Ms. Cameron:** I would perhaps have a little bracket around as “we know it today” and stick with the first part of what you said.

**Senator Corbin:** It does evolve.

suffisamment vaste pour englober les institutions non gouvernementales qui ont énormément de pouvoir et des fonctions très publiques. Par exemple, le dossier de la Croix-Rouge et du sang contaminé.

Voilà ce que je veux dire quand j'évoque une fonction de chien de garde. Je n'ai pas inventé cela. C'est établi dans notre jurisprudence constitutionnelle, non seulement depuis la Charte, mais même avant. On n'utilise pas l'expression «chien de garde», mais le principe de la reddition de comptes est néanmoins bien compris.

**Le sénateur LaPierre:** Dans mes cours de religion, on m'a appris que ma liberté finit exactement là où elle empiète sur la liberté d'un autre étudiant qui fréquente l'école biblique. À partir de là, j'ai assimilé le principe que toute liberté octroyée dans une société démocratique prend fin exactement là où elle empiète sur la liberté d'une autre personne.

Si l'on accepte la thèse que la liberté de la presse est illimitée, sauf dans la mesure où elle est limitée par le Code criminel et la législation sur le libelle, le résultat net serait que mon droit à la liberté d'opinion, qui comprend mon droit à une information libre et variée, pourrait être amoindri par la presse. Par conséquent, c'est la responsabilité de l'État, dans le cadre d'un processus démocratique, d'établir des règles et règlements en vue de préserver mon droit à la liberté d'opinion. Par conséquent, l'équilibre doit être restabilisé. Si l'équilibre est perdu, le seul organe en démocratie qui est capable de rétablir l'équilibre est l'État, par l'entremise des élus.

Cette thèse est-elle absurde?

**Mme Cameron:** Non, elle ne l'est pas. C'est une thèse avec laquelle je ne suis pas d'accord. J'ai dit que je parlais d'une liberté inconditionnelle au niveau des principes, parce que des limites sont permises. Il faut faire attention aux conséquences pour la liberté de la presse à chaque fois que l'on envisage une proposition visant à renouveler ou à renforcer la réglementation.

Le seul autre commentaire que je vais faire, c'est de dire qu'à titre de constitutionnaliste et d'universitaire, je ne suis pas à l'aise avec toute proposition voulant que le gouvernement a un rôle légitime à jouer pour ce qui est d'encadrer le contenu de l'expression, que ce soit par un particulier ou un représentant de la presse. Dans le cas de la presse, je suis également mal à l'aise avec la proposition générale voulant qu'il soit approprié pour le gouvernement de contrôler ou de gérer la structure de la presse. C'est mon opinion.

**Le sénateur Corbin:** Je voudrais poursuivre dans la même ligne que le sénateur LaPierre. Êtes-vous en train de dire qu'il ne peut y avoir de démocratie en l'absence de la presse telle que nous la connaissons aujourd'hui?

**Mme Cameron:** Je mettrais peut-être entre guillemets l'expression «telle que nous la connaissons aujourd'hui» et je m'en tiendrais à la première partie de votre énoncé.

**Le sénateur Corbin:** Il est vrai qu'elle évolue.



**Ms. Cameron:** We cannot have a vital healthy functioning democracy without a vital functioning free press. A free press actually improves the quality of democratic governance. It is not a subtraction from democratic governance, but an institution that improves the level of debate, the quantity of the debate, and the responsiveness of the democratic system.

**Senator Corbin:** I was a journalist and I was at one time a member of the House of Commons. I do not think that I needed the press to tell me what was wrong with government policies and programs. It usually hit me in the neck days and weeks before anything got in the press. In that sense, people are quite capable of assessing and making their own judgments of what is wrong with government administration now.

Having said that, I will concede that I take great pleasure in reading well-written, well-researched investigative reporting on government action. The press plays a very useful role for the public generally.

I grew up in a town where there was a CPR line. The line is not there any more, but the old rusting bridge is still standing. About a locomotive's length before the train enters the bridge, there is a post with a crossbar from which hang metal strips. It is a gauge that tells the engineer, before he enters the bridge, that the load he is hauling do not touch those strings. Do we have a gauge for the press?

**Ms. Cameron:** Do you mean in the sense that there are certain taboos things that the press should not touch?

**Senator Corbin:** No, what is the safeguard for the decent conduct of the press in terms of the public it purports to serve? Some newspaper banners have sayings such as, "All the news that is fit to print."

I do not believe that generally the press has any gauge or high level of standard. It pretty well does what it wants. If it wants to launch a personal campaign against any individual, company or institution, it will go ahead and do it. What is the gauge?

**Ms. Cameron:** You are asking, in my view, who controls the press?

**Senator Corbin:** No, is there self-policing within the press? Policing is totalitarian nomenclature. I hate to use it. I do not like the word "regulations." As a former journalist, I do not think that the government should regulate the press.

However, what does, in fact, regulate the press in terms of common decency and giving the public correct information. What stops "la presse jaune" — or "yellow journalism"?

**Mme Cameron:** Nous ne pouvons pas avoir une démocratie florissante, saine et fonctionnant bien en l'absence d'une presse libre dans son fonctionnement. Une presse libre renforce en fait la qualité de la gouvernance démocratique. Elle n'est pas un élément négatif à soustraire de la gouvernance démocratique, mais plutôt une institution qui rehausse le niveau du débat, renforce le débat au niveau quantitatif, et facilite l'adaptation du régime démocratique.

**Le sénateur Corbin:** J'ai été journaliste et j'ai déjà été député à la Chambre des communes. Je ne pense pas que j'avais besoin de la presse pour me dire ce qui n'allait pas dans les politiques et les programmes du gouvernement. Habituellement, cela me sautait aux yeux des jours et des semaines avant même que les journaux publient quoi que ce soit. En ce sens, les gens sont tout à fait capables d'évaluer la situation et de porter leurs propres jugements sur ce qui cloche dans l'administration gouvernementale.

Cela dit, je suis prêt à admettre que je prends grandement plaisir à lire des reportages bien écrits et bien documentés sur l'action gouvernementale. La presse joue un rôle très utile pour le grand public.

J'ai grandi dans une ville traversée par la voie ferrée du Canadien Pacifique. Cette voie n'existe plus, mais le vieux pont ferroviaire tient toujours, quoique rouillé. À peu près une longueur de locomotives avant que le train s'engage sur le pont, il y a un poteau et une barre horizontale à laquelle sont suspendues des languettes de métal. C'est un calibre destiné à avertir le conducteur, avant qu'il s'engage sur le pont, que la charge qu'il transporte ne doit pas toucher ces languettes. Avons-nous un tel dispositif pour la presse?

**Mme Cameron:** Voulez-vous dire qu'il y a certains sujets tabous que la presse ne devrait pas toucher?

**Le sénateur Corbin:** Non, quel est le garde-fou qui garantit une conduite acceptable de la part de la presse, relativement au public qu'elle est censée servir? Un certain journal déclare dans son entête que le lecteur peut y trouver «Toutes les nouvelles qui valent d'être imprimées».

De façon générale, la presse n'a pas de calibre, pas de normes très élevées. Elle fait à peu près ce qu'elle veut. Si elle veut lancer une campagne de presse contre quelqu'un, une société ou une institution, elle le fait. Où est ce calibre?

**Mme Cameron:** Vous me demandez qui, à mon avis, contrôle la presse?

**Le sénateur Corbin:** Non. Je voulais savoir si la presse s'autocontrôle. Je déteste ce mot qui fait tout à fait totalitaire. Je n'aime pas le mot «réglementation». Je suis un ancien journaliste et je ne pense pas que le gouvernement devrait réglementer la presse.

Toutefois, qu'est-ce qui freine la presse sur le plan de la décence et du devoir de renseigner correctement le public? Qu'est-ce qui freine la presse jaune?

**Ms. Cameron:** The law itself is a check on the press. With respect to decency and so forth, there are laws of defamation, et cetera, that do place limits on the excesses of the press. We have not mentioned that here today. Those laws are in existence and they protect private individuals from various forms of excess on the part of the press. There are also press councils and those avenues of complaint.

The public can show its disapproval by not buying the newspaper or by not watching the channel or by not following the advertising, et cetera. It has been known to happen that papers go under because they are not very good or people disapprove of their policies or people think they are offensive. Those things do happen.

This is not a satisfying answer, but, as I said earlier, if you value the freedom and you believe there is a compelling reason for the freedom, then you have to take your chances with it. You will have good newspapers and bad newspapers. There will be an ebb and flow, because there is a culture to the press. After Watergate, a certain culture surrounded the press in the United States. Maybe that is wearing off now. It is not a static thing. It is in a constant state of evolution.

To a certain extent, you either have to place your faith in the freedom and the reasons for the freedom, or you go the other route, which is government regulation. I think you have to be careful about assuming too quickly that the press will be more effective or will be better in some way just because it is regulated.

**The Chairman:** Following along the question raised by Senator LaPierre and Senator Spivak, concerning where freedoms conflict, your presentation has stressed strongly the classic view that freedom of the press consists first and foremost of freedom from the government. That has been an article of faith for me for as long as I can remember. The concept was invented to define a situation in which "the government" would not be able to prevent ordinary people from publishing a newspaper, saying, "Here is something you did not know is happening, and here is what I think about it and what I hope you will think about it."

At the time when those classic principles were being laid down, the government was, as you suggested, the centre of power. There were no other interests that could remotely approach the power of the state. I question whether perhaps we live now in a slightly changed environment where there are now other entities of the degree of power that was not envisaged when the classical theory was being elaborated.

Let me take a pure hypothetical to illustrate that, an extreme. If we did away with all the foreign ownership rules, Bill Gates — should it interest him — could probably buy every newspaper, television station and radio station in Canada tomorrow. I expect that large numbers of people would say that that would be too great a concentration of power in the hands of one individual. To avoid that, we would have to reinstitute some form of rules.

**Mme Cameron:** La loi elle-même freine la presse. Au nom de la décence, il existe des lois contre la diffamation, etc., qui limitent les excès de la presse. Nous n'en avons pas parlé aujourd'hui. Ces lois existent et elles protègent les particuliers contre toute forme d'excès de la part de la presse. Il existe également des conseils de presse et des instances auprès desquelles on peut se plaindre.

Le public peut signifier son mécontentement en refusant d'acheter un journal ou en refusant de regarder une chaîne ou en ignorant la publicité, etc. On a pu constater que certains journaux doivent fermer leurs portes parce qu'ils ne sont pas très bons ou que les gens réprouvent leur ligne de pensée ou encore pensent qu'ils sont offensants. Cela arrive.

Je ne vous donne pas une réponse satisfaisante, mais comme je l'ai dit plus tôt, si on valorise la liberté et si on estime qu'elle en vaut la peine, il faut courir le risque. Il y aura donc de bons journaux et de mauvais journaux. Il y aura des hauts et des bas car pour la presse, il s'instaure une culture. Après Watergate, une certaine culture s'est instaurée aux États-Unis. Elle est peut-être en train de s'émousser. Elle n'est pas statique. Elle évolue constamment.

On pourrait dire qu'il faut investir dans la liberté et ses raisons ou bien choisir une autre avenue, la réglementation gouvernementale. Il faut se garder de supposer d'emblée que la presse sera plus efficace ou sera meilleure tout simplement parce qu'elle est réglementée.

**La présidente:** Dans la même veine que les questions du sénateur LaPierre et du sénateur Spivak, à propos des libertés qui entrent en conflit, vous avez bien expliqué dans votre exposé l'opinion classique voulant que la liberté de la presse passe d'abord et avant tout par la non-intervention du gouvernement. D'aussi loin que je me souviens, c'est un article de foi auquel j'adhère. Cette notion repose sur la conviction que le gouvernement ne pourra pas empêcher les citoyens de publier un journal et d'y dire «Voici ce que vous ne saviez pas mais qui se produit, et voici ce que j'en pense et j'espère que vous y réfléchirez».

Au moment où ces principes de base étaient énoncés, le gouvernement, comme vous l'avez dit, constituait le centre du pouvoir. Il n'y avait pas d'autres entités qui pouvaient même prétendre avoir les pouvoirs de l'État. Je me demande si nous ne vivons pas actuellement dans un climat un peu différent où il existe actuellement d'autres entités ayant des pouvoirs qui étaient inconcevables au moment où cette théorie classique a été élaborée.

Permettez-moi une illustration purement hypothétique, un extrême. Si nous abolissions toutes les règles qui régissent la propriété étrangère, Bill Gates — si cela l'intéressait — pourrait sans doute acheter tous les journaux, toutes les chaînes de télévision et les stations de radio qui existent au Canada actuellement. Je suppose qu'un grand nombre de gens diraient que cela représente une trop forte concentration des pouvoirs pour une seule personne. Pour éviter cela, il nous faudrait restaurer certains règlements.



Are we now at a point where we have to rethink the framework in which we set up our society's understanding of how we can ensure that fundamental diversity of information and voice? Alternatively, do you think the old rules are basically what we need?

**Ms. Cameron:** I am reluctant to let the old rules go.

**The Chairman:** I am not talking about letting them go.

**Ms. Cameron:** I also understand the problems of the new world to which you refer. I have no expertise on the ownership structure issue, and I understand it very imperfectly.

I would have to be well convinced that there is the threat to diversity and that it is a real threat before I would see it as being justifiable and permissible for the government to step in and start regulating ownership in a big way because, again, for many reasons, I think that is quite dangerous. I do not really know that I am persuaded by what I see around me that the threat to diversity is really as serious as some would say. That is in part why I started out with my little story about smelter town B.C. I did not grow up with a whole lot of diverse opinions coming my way. I look around today, and even though there is a problem with ownership concentration, I still have access to a whole lot more diverse opinions and a whole lot of options that never existed 50 years ago.

My first point in answer would be that I think I would want to take a careful look at what exactly the threat to diversity is and how strong that threat is. In my view, it would have to be at a high alert level before, it would be justifiable for the government to start picking and choosing who can own various components of the media.

**The Chairman:** As you can see, we could go on forever, but we do have another witness. Thank you very much, Professor Cameron. It has been extremely interesting, and we will look forward to that material.

[Translation]

Our next witness is Professor Pierre Trudel. Welcome to the Senate.

**Mr. Pierre Trudel, Professor, L.R. Wilson Chair, Information Technologies and Electronic Commerce Law, Public Law Research Centre, University of Montreal, as an individual:** Thank you for giving me the opportunity to discuss these fascinating issues with you. What I will say is contained in a document.

**The Chairman:** Professor Trudel has given us a very long and interesting paper.

[English]

We are having it translated, because he wrote it in his language.

En sommes-nous arrivés au point où il faut repenser le cadre dans lequel la société veille à garantir la diversité fondamentale de l'information et de la source d'information? Au contraire, pensez-vous que les vieilles règles sont essentiellement ce dont on a besoin?

**Mme Cameron:** J'hésiterais à me débarrasser des vieilles règles.

**La présidente:** Il ne s'agit pas de cela.

**Mme Cameron:** Je comprends les problèmes du nouveau monde que vous décrivez. Je ne connais pas les détails de la structure de propriété et je ne la comprends qu'imparfaitement.

Il faudrait qu'on me convainque qu'il y a une menace à la diversité et que cette menace est réelle avant que je puisse reconnaître qu'il est justifié et permis que le gouvernement intervienne et réglemente la propriété de façon massive car, pour bien des raisons, je pense que ce serait très dangereux. Je ne pense pas être convaincue, d'après ce que je constate, que la menace à la diversité est vraiment aussi grave que certains le disent. C'est un peu pour cela que je vous ai raconté ma petite histoire sur la petite ville de la Colombie-Britannique. Quand je grandissais, je n'étais pas exposée à un grand nombre d'opinions diverses. Quand je regarde autour de moi aujourd'hui, même s'il y a un problème de concentration de la propriété, je constate que j'ai accès à beaucoup plus d'opinions diverses et à beaucoup plus d'options qu'il y a 50 ans.

Pour vous répondre, je vous dirai qu'il faut commencer par analyser ce qui constitue exactement la menace à la diversité pour voir quelle force a cette menace. À mon avis, il faudrait que l'alerte soit extrême avant qu'une intervention gouvernementale soit justifiée pour choisir qui peut être propriétaire de diverses composantes des médias.

**La présidente:** Comme vous pouvez le constater, nous pourrions parler éternellement, mais nous attendons un autre témoin. Merci beaucoup, madame Cameron. Votre témoignage a été extrêmement intéressant et nous sommes impatients de lire les documents que vous nous enverrez.

[Français]

Notre prochain témoin est le professeur Pierre Trudel. Je vous souhaite la bienvenue au Sénat.

**M. Pierre Trudel, professeur titulaire, chaire L. R. Wilson sur le droit des technologies de l'information et du commerce électronique, Centre de recherche en droit public, Université de Montréal, à titre personnel:** Je vous remercie, de me donner cette opportunité de venir réfléchir sur ces questions tout à fait fascinantes. Les remarques que je vais vous livrer ont été conciliées dans un texte.

**La présidente:** M. Trudel nous a transmis un long texte très intéressant.

[Traduction]

Nous l'avons envoyé à la traduction parce qu'il l'a écrit en français.

[Translation]

Francophones will be able to read it immediately.

[English]

Those who do not speak French will find it very interesting and we will get it to you as soon as we can.

[Translation]

**Mr. Trudel:** The statements I will share with you are the result of work done at the Centre de recherche en droit public over several years. The centre was created in 1962 and since then, a team of which I am a member has been studying these issues which deal with the relationship between information and basic rights, and general legal problems which the free circulation of information in various societies have given rise to.

The first thing I want to say is that the idea of "freedom of the press" means different things in different countries today. So, depending on which school of thought you belong to, you may have a different perception of what constitutes reasonable or acceptable freedom of the press. Indeed, it seems to be a characteristic of modern democratic societies that there are very diverse views as to what constitutes freedom of the press, or even freedom.

We have to see this as an asset and a mark of wealth. You cannot impose a single and unique conception of freedom, because in so doing, you would be straying from democratic principles.

There are two schools of thought as far as freedom of the press is concerned. The classic conception of freedom of the press held that the freedom to express oneself was the freedom to use one's property rights to express one's views. But other, more modern, schools of thought have emerged since World War II, based on the key role freedom of the press plays in democracy.

In Canada, as in other democracies, these schools of thought coexist and have evolved in the cultural fabric of our country, and their views have shifted depending on what at any given time may have been deemed acceptable or not.

Attitudes have changed, and have been greatly influenced by advances in technology which have affected the way information is disseminated in society.

The Supreme Court of Canada has recognized the importance of freedom of the press. But in some passages, the Court recognized what some people refer to as "the positive aspect of freedom of the press", an aspect which gives government the right, in the name of democracy and diversity, to take measures in the interest of maintaining a certain degree of balance.

This principle underlies many provisions contained in basic Canadian media law. The Broadcasting Act, historically and in its modern conception, is based on the fact that throughout Canadian history, beginning with the start of the 20th century, it was important for us to ensure that information flowed freely

[Français]

Les francophones pourront le lire tout de suite.

[Traduction]

Ceux qui ne parlent pas français trouveront cela très intéressant et nous ferons diligence pour en envoyer une version.

[Français]

**M. Trudel:** Les remarques que je voulais partager avec vous sont aussi le fruit de travaux menés au Centre de recherche en droit public depuis plusieurs années. Ce centre a été fondé en 1962 et depuis ce temps, une équipe dont je fais partie s'intéresse à ces questions de droits fondamentaux reliés à l'information et aux problèmes sur le plan du droit, dans son sens large, que pose la question de la circulation de l'information dans les sociétés.

La première composante de ces remarques est de reconnaître que la liberté de presse connaît plusieurs conceptions dans les sociétés modernes et, forcément, selon la conception à laquelle l'on adhère cela conditionne notre perception de ce qui paraît raisonnable ou acceptable. Il me semble que c'est précisément une caractéristique des sociétés démocratiques modernes qu'il y ait cette pluralité de conception de ce qu'est même la liberté.

Il faut le voir comme un acquis et une richesse. Il faut résister à la tentation de rechercher une seule et unique conception de la liberté puisqu'en faisant cela, on se rapproche d'une conception qui s'éloigne de la démocratie.

Parmi les deux grandes familles de conception de la liberté de presse, on peut reconnaître la conception classique de la liberté de presse, celle qui postule que la liberté de s'exprimer, c'est la liberté de faire usage de ses droits de propriété afin de s'exprimer. Il y en a de plus contemporaines qui ont émergé depuis la Deuxième Guerre mondiale, qui attachent plus d'importance au rôle que joue la liberté de presse dans les processus démocratiques.

Au Canada comme dans les autres démocraties, ces conceptions coexistent et se développent dans un tissu culturel, suivant des mentalités et des représentations de ce qui est acceptable ou non.

Ce sont des mentalités susceptibles d'évoluer, qui sont entre autres fortement influencées par les changements dans les univers techniques à l'intérieur desquels s'échangent les informations dans la société.

La Cour suprême du Canada a reconnu l'importance de la liberté de presse. Mais dans certains passages, la cour a reconnu ce que certains appellent «le volet positif de cette liberté de presse», volet selon lequel l'État, au nom de la qualité des processus démocratiques et de la diversité, peut prendre des mesures qui tendraient à assurer certains équilibres.

C'est ce qui fonde un très grand nombre de règles qui font partie du tissu le plus fondamental du droit canadien des médias. La Loi sur la radiodiffusion, à la fois dans son historique et dans sa conception actuelle, procède d'une volonté très présente dans l'histoire canadienne, depuis le début du XX<sup>e</sup> siècle, de s'assurer



and reflected the diversity of Canadian points of view, as opposed to the classic approach, which gives media owners more freedom to express their views. The Canadian broadcasting system as we know it today would probably not exist if we had allowed the marketplace to regulate ownership rights.

Huge chunks of Canada's electronic media industry used to belong, to foreign or American interests. The ownership of cable distribution undertakings and other such organizations was subject to legislation several years ago and, as a result, reverted to Canadian hands.

In most countries, particularly small countries, or countries such as Canada, which lies beside an elephant, people have found ways to ensure that their national and regional voices be heard by way of the media.

This is why, in Canada, the positive conception of freedom of the press is given more weight. It is sometimes referred to as "the public's right to know."

The contemporary context of the media in today's world, in terms of technological evolution, increased concentration and convergence, has forced us to examine more closely the idea of freedom of the press. This is where "editorial freedom" comes into play. The question is: How far should this freedom go? This freedom exists. If you feel that editorial freedom means not representing a diversity of views, and only that of the owner, whether it is a public or private entity, then you must also recognize that it would be difficult to claim that the media would then have an interest in representing many points of view. Further, you would have to admit that the media's editorial freedom would overlap with the freedom of media owners. If there are few media owners, and if you believe that freedom of expression is nothing more than the freedom of the media owner, then chances are that there will not be a great diversity of views.

Over the years, people have tried to define the concept of editorial freedom. A couple of years ago, people said that editorial freedom belonged to the shareholders. But public broadcasters already felt that this approach was untenable. Why? Because the government — which is the sole owner of our largest broadcaster, namely the Canadian Broadcasting Corporation, could not possibly claim it had the freedom to dictate what should be broadcast on the CBC. Tradition and the courts, including most members of the legal community, have always viewed freedom of expression and the public's right to know as being antithetical to the government's right to control the public airwaves. Even the courts, when ruling on such matters, have expressed that opinion. The courts have said that despite the fact that the public broadcaster belongs to the government, the government does not have the right to choose and organise the information that reaches the public.

qu'il y ait une circulation d'information et de contenu de toutes sortes qui reflète les visions canadiennes et les conceptions qui existent dans le pays, et qui s'opposent en grande partie à une conception plus classique, qui postule que l'on peut utiliser sa propriété pour s'exprimer. Le système canadien de radiodiffusion n'existerait probablement pas tel qu'il est si on avait laissé jouer le droit de propriété suivant les mécanismes usuels du marché.

De grands pans de l'industrie canadienne des médias électroniques appartenaient à des propriétés étrangères ou américaines. C'est par la législation que la propriété des câblodistributeurs et d'autres entreprises de cette nature, il y a plusieurs années, a été canadianisée.

Dans la plupart des pays — notamment dans les petits pays, ou dans les pays comme le nôtre, voisins d'un pays particulièrement gigantesque —, on trouve des façons de s'assurer que les voix nationales et régionales puissent trouver un accès à l'univers des médias.

C'est ce qui explique l'importance que prend, au Canada, cette conception qui est plus positive, qui donne plus d'importance au volet positif de la liberté d'expression. Certains parlent du «droit à l'information du public».

Le contexte contemporain des médias, au plan technique avec la concentration accrue et avec la convergence des médias, oblige à mieux situer le lieu où s'exerce cette liberté d'expression. C'est là où on s'intéresse à ce que certains appellent la «liberté éditoriale». La question qui se pose est de savoir où s'exerce cette liberté. Cette liberté existe. Si on admet que cela ne peut pas être uniquement la voix du propriétaire, fut-il public ou privé, il faut reconnaître qu'il est difficile de prétendre que les médias joueraient un rôle dans la diversité des points de vue. En même temps, il faut admettre que leur liberté éditoriale se confondrait avec la liberté des propriétaires. À partir du moment où il y a peu de propriétaires, il est prévisible que si l'on s'en tient à postuler que la liberté d'expression n'est rien d'autre que la liberté du propriétaire, il risque de ne plus y avoir beaucoup de place pour la diversité des points de vue.

Il y a eu, au cours des années, plusieurs efforts pour tenter de mieux situer la liberté éditoriale. On avait l'habitude de dire, il y a quelques années, que c'est l'actionnaire qui a la liberté éditoriale. Mais déjà, chez les diffuseurs publics, on conçoit que c'est un point de vue qui ne peut pas tenir. On imagine mal que l'État — qui est, entre autres, le seul détenteur de la propriété du plus grand diffuseur qu'est la Société Radio-Canada — puisse se prétendre investi de la liberté de dire ce qui doit être fait sur les ondes de Radio-Canada. La tradition et la compréhension que les tribunaux et une bonne partie de la communauté juridique ont de la liberté d'expression et du droit du public à l'information, s'opposent généralement à ce que le gouvernement exerce le contrôle éditorial des diffuseurs publics. Même les tribunaux, lorsqu'ils ont eu l'occasion de se prononcer, ont opiné dans ce sens. Ils ont fait une distinction entre le fait que le service public est la propriété du gouvernement et l'exercice de la liberté de choisir et d'organiser la diffusion des informations vers le public.

This problem has cropped up more recently in the private sector, and the waves of increased ownership concentration have called upon us to rethink the concept of editorial freedom.

We are trying to better define the relationship between the owner's right to manage his businesses and the idea of editorial freedom based on professional standards and principles which emphasize, and give priority to, the public's right to a diversity of points of view.

This explains why, over the years, the CRTC and other entities have tried to ensure a degree of independence for newsrooms.

Media concentration is an existing phenomenon which cannot easily be undone, so we have to accept it and realize that media ownership concentration is happening in all developed countries. Our challenge is to find a way of organizing the media to ensure that newsrooms can still make independent choices.

In this area again, the CRTC has proposed innovative solutions. The courts have also ruled on these matters and authors have written on the subject. They believe it is possible to reorganize the media's status without jeopardizing their editorial freedom, while at the same time granting newsrooms a certain degree of independence through structural or other means. For instance, the CRTC, in awarding a licence, may impose certain conditions in the interest of preserving a degree of independence to news editors.

The issue of how editorial choices are made has not yet been resolved. In absolute terms, you could say that the editorial "mega-choice" is made when resources are allocated. In a rhetorical discussion, you could claim that Parliament, if it so desired, could reduce the Canadian Broadcasting Corporation's budget down to \$3, which would radically affect the editorial independence of the public broadcaster.

But beyond these truisms, it is also true that there are certain lines which must not be crossed. Decision-makers cannot cross these lines, otherwise the courts may deem that editorial freedom is threatened.

The question we must ask ourselves with regard to private owners is: How do you organize editorial freedom?

The CRTC has proposed a certain number of solutions. But if you wanted to go further and define even more precisely what editorial freedom means, you would need to bring together federal and provincial authorities, since convergence has created an even tighter interrelationship between broadcasting and print media.

Many areas of print media fall under provincial jurisdiction, whereas broadcasting falls under federal jurisdiction. These two levels of government will have to work together to ensure that

Dans les entreprises privées, la problématique est plus récente, mais les vagues de concentration accrue de propriétés ont appelé plusieurs réflexions en vue de dissocier ou d'organiser autrement l'exercice de la liberté éditoriale.

On cherche des façons de mieux articuler ces relations entre, d'une part, le droit du propriétaire à gérer les entreprises dont il devient propriétaire et, d'autre part, l'exercice d'une liberté éditoriale selon des standards professionnels et selon des critères qui accordent une grande place, sinon une place prioritaire, aux droits des citoyens de connaître une diversité de points de vue.

C'est pour cette raison qu'au cours des années, au sein du CRTC, ainsi que d'autres instances, il y a eu des efforts pour assurer cette marge d'autonomie aux salles de rédaction.

Constatant sans doute que la concentration des médias est un phénomène qui existe déjà et qu'on peut difficilement défaire, il faut accepter et constater que la concentration de la propriété est un phénomène international dans tous les pays développés. Le défi est de savoir comment organiser les médias de manière à préserver cet exercice libre et sans ingérence des choix éditoriaux.

Là aussi, des pistes intéressantes ont été formulées par le CRTC. Par certains commentaires incidents qu'on retrouve dans quelques décisions judiciaires, certains auteurs ont réfléchi sur ces questions. Ils ont considéré qu'il était possible d'organiser le statut des médias sans mettre en péril leur liberté éditoriale, mais en reconnaissant une marge d'autonomie aux salles de rédaction, soit en utilisant des mesures structurelles ou différentes techniques. Par exemple, les conditions de licence que le CRTC peut imposer peut préserver une marge d'autonomie à ceux chargés des décisions éditoriales ou des choix éditoriaux.

Les débats demeurent ouverts sur le niveau auquel se font les choix éditoriaux. On pourrait dire, dans l'absolu, que le «mégachoice» éditorial se fait lors des allocations de ressources. On pourrait sans doute convenir dans une discussion théorique que le Parlement pourrait, s'il le souhaitait, ramener le budget de la Société Radio-Canada à trois dollars et cela aurait un effet radical sur l'autonomie éditoriale du diffuseur public.

Par de là ces considérations qui demeurent vrai, il demeure quand même aussi vrai qu'il y a des balises à ne pas franchir. Il y a des balises au-delà desquelles les décideurs ne peuvent pas aller sans risquer de voir les tribunaux considérer qu'il y a là une intrusion considérable dans la liberté rédactionnelle.

À l'égard des propriétaires privés, la question qui se pose est la suivante: comment organiser cette autonomie éditoriale?

Il y a un certain nombre de pistes mises de l'avant par le CRTC. Mais pour cela, si on voulait aller plus loin et organiser de façon plus approfondie ce statut plus autonome des salles de rédaction, il faudrait une meilleure concertation entre les instances fédérales et les autorités provinciales, puisque le phénomène de convergence fait en sorte que la presse écrite et la radiodiffusion sont de plus en plus interreliées.

Beaucoup de matières relatives à la presse écrite relèvent au premier chef des législatures provinciales tandis que la radiodiffusion relève de la compétence du Parlement fédéral. Il



convergence does not threaten editorial freedom, nor the professional independence of journalists who choose which information to make public based on professional guidelines.

We need to develop innovative regulations and follow-up mechanisms. In this area, cut-and-dried regulations are often extremely inefficient and particularly dangerous. This area calls for maintaining a delicate balance, since perception is extremely important for the media.

As a result, any action the government takes must be carefully calibrated and must avoid throwing out the baby with the bath water. When it comes to regulating a freedom as fragile and basic as freedom of the press, we must shy away from measures which see the world in black and white. Unfortunately — or should I say fortunately — it is not that simple.

We need to develop measures which strike a harmonious balance between self-regulation by industry players, and the strong involvement of civil society and of government organizations. We must be careful not to impose regulations which may work in areas other than the media.

[English]

**Senator Carney:** That was such a fascinating issue. It is hard to put it in simple words and take 20 years' of your knowledge and give it to the Senate committee.

However, since we get so much information from the U.S., are there basic differences between freedom of the press under the Charter of Rights and the freedom of the press under the U.S. Constitution? We are aware of the cases that involve the courts and the naming of witnesses.

Could you crystallize the basic differences in the approach of freedom of the press in those two countries?

[Translation]

**Mr. Trudel:** Indeed, there are differences. Canadians view freedom of the press differently than do Americans. Our approach is closer to the European one, which is reflected in the rulings of the European Court of Justice and other European entities which have studied these issues.

Despite the strong American influence on Canada's legal community, the fact remains that Canadians are much more open to government intervention or legislation. Some people do not like this.

It is true that, generally speaking, the courts feel that freedom of the press is a necessary evil in Canada, and a classic ruling would reflect this point of view. Our approach is the opposite of

y aurait certainement une concertation à concevoir de façon à assurer que cette convergence ne soit pas faite au péril de la liberté éditoriale et de l'autonomie professionnelle de ceux et celles qui, suivant les seuls critères professionnels, ont à décider de matières relatives à l'information du public.

Il faut envisager l'utilisation d'une gamme d'outils innovateurs de régulation et de suivis. Dans ces matières, la réglementation pure et dure est souvent un outil extrêmement inefficace et surtout dangereux. On est dans un univers où il faut procurer des équilibres tout en nuance puisque dans les médias tout est matière de perception.

Par conséquent, l'action régulatrice de l'État, quelle qu'elle soit, doit toujours être tout en nuance et conçue de manière à éviter «de jeter le bébé avec l'eau du bain». Lorsqu'il s'agit de réglementer une liberté aussi fragile et aussi fondamentale que la liberté de presse, il faut faire attention aux mesures qui essaieraient de prétendre que tout est blanc ou tout est noir. Malheureusement et/ou heureusement, pourrait-t-on dire, cela n'est pas aussi simple.

Il faut privilégier des mesures qui sont à la fois un mélange harmonieux d'auto-régulation par les entreprises elles-mêmes, d'implications très fortes de membres de la société civile et des autres composantes plus gouvernementales de notre société. Il faut se garder d'une intervention réglementaire comme celle qui peut peut-être fonctionner dans d'autres domaines que les médias d'information.

[Traduction]

**Le sénateur Carney:** C'était un sujet fascinant. Il est difficile d'énoncer en termes simples le résumé de 20 ans de connaissances pour la gouverne d'un comité sénatorial.

Étant donné que beaucoup d'informations nous viennent des États-Unis, y a-t-il des différences essentielles entre la liberté de la presse garantie par la Charte et la liberté de la presse garantie par la Constitution américaine? Il y a eu des affaires entendues par les tribunaux où on a révélé les noms des témoins.

Pouvez-vous nous donner une brève idée des différences essentielles entre la façon d'aborder la liberté de la presse dans les deux pays?

[Français]

**M. Trudel:** Il y a en effet des différences. La conception canadienne de la liberté de presse s'éloigne considérablement de la conception américaine. Elle se rapproche plus de la conception européenne, c'est-à-dire, celle qu'on retrouve dans les décisions de la Cour européenne de justice et les autres instances européennes qui ont eu à se pencher sur ces questions.

Malgré l'influence américaine très importante dans la pensée juridique canadienne, il faut bien voir que la conception canadienne est beaucoup plus favorable à l'intervention de la loi ou de l'intervention de l'État. Certains peuvent le déplorer.

Il est vrai que les tribunaux ont, en général, tendance à considérer la liberté de presse comme un mal nécessaire au Canada et donc, classiquement, la plupart des décisions

the American one. American courts have a strong bias against the validity of any government measure which may infringe on freedom of the press, that is, the freedom to disseminate content. Canadians generally feel that if government intervention is demonstrated to be reasonable, it is acceptable.

Most major measures and laws were upheld by the courts, which felt they represented reasonable limits to freedom of expression.

Some people may not like this, especially since judges tend to feel that the courts are the main safeguard. In the United States, freedom of the press is perceived as being a fundamental freedom. That is where the main differences lie.

As for the rest, several observers have noted a trend on the part of the courts, including the Supreme Court of Canada, to soften the criteria defining what is reasonable and justifiable. Therefore, some people feel that the test a piece of legislation must meet is easier than one might think.

[English]

**Senator Carney:** In that context, what are your views on the CRTC, which is the only agency that we have that actually regulates the media? Has it outlived its usefulness or should it be focusing on other areas? Again, this is a huge issue, but based on your experience, what is your candid view?

[Translation]

**Mr. Trudel:** On the one hand, the CRTC has a very tough job. The Broadcasting Act, especially the one from 1991, contains many more principles than previous and there is a tendency to blame radio and television for many of our society's ills. This does not make the CRTC's job any easier.

If you compare the CRTC with other regulatory bodies elsewhere in the world, you would be surprised by how well it compares.

The CRTC has managed to maintain a balance between freedom of the press and other values Canadians hold dear. The CRTC has managed this while respecting editorial freedom.

The CRTC has recognized, perhaps not enough for some people, that media concentration could have adverse consequences on the quality and diversity of information. It has taken measures which some people feel are too timid, but which have also been perceived as being fairly audacious. These measures have sought to find innovative solutions to maintain a balance without infringing on creative freedom.

If you look at the various issues the CRTC has had to address, you will conclude that it has maintained this balance, a balance between Canadian content and increased, reasonable access to

contrairement aux États-Unis où l'on considère que, à priori, toute mesure gouvernementale qui vient restreindre la liberté de presse, et notamment celle relative au contenu, arrive devant la cour avec une très forte présomption à l'encontre de sa validité. Au Canada on a tendance à considérer que l'intervention de l'État, dès lors qu'on est en mesure de démontrer qu'elle est raisonnable, est une intervention acceptable.

La plupart des mesures importantes, des lois importantes ont été validées par les tribunaux comme étant des limites raisonnables à la liberté d'expression.

On peut le déplorer d'autant plus que les juges ont tendance à considérer que la principale garantie est le confort des tribunaux. Aux États-Unis, il y a une plus grande tendance à considérer la liberté de presse comme une garantie fondamentale. Ce sont les grandes différences.

Pour le reste plusieurs ont observé une tendance des tribunaux, et notamment de la Cour suprême du Canada, à adoucir de plus en plus ces critères au nom desquels elle détermine ce qui est raisonnable et justifiable. Aussi, certains prétendent que le test auquel doit se conformer une mesure législative demeure relativement plus facile que d'autres le pensent.

[Traduction]

**Le sénateur Carney:** Dans ce contexte, que pensez-vous du CRTC qui est le seul organisme qui puisse vraiment réglementer les médias au Canada? Le Conseil est-il encore utile ou devrait-il réorienter son action? Encore une fois, c'est un lourd dossier mais d'après votre expérience, dites-nous ce que vous en pensez.

[Français]

**M. Trudel:** D'abord, la tâche du CRTC est extrêmement difficile. La Loi sur la radiodiffusion, surtout celle de 1991, comporte beaucoup plus de principes qu'autrefois et il y a une tendance à faire porter à la radio et à la télévision un très grand nombre des maux de notre société. Cela ne simplifie pas la tâche du CRTC.

Lorsque l'on compare l'organisme qu'est le CRTC à d'autres instances de régulation qui existent dans le monde, on est frappé de voir à quel point l'expérience canadienne se classe très bien.

Le CRTC a réussi à assurer cet équilibre entre la liberté des médias et un certain nombre d'autres valeurs considérées comme fort importantes dans la société canadienne. Il le fait de façon générale en ayant un très grand respect de la liberté éditoriale.

Il a reconnu, peut-être insuffisamment aux yeux de certains, que la concentration des médias pouvait avoir des conséquences adverses sur la qualité de l'information et sur sa diversité. Il a pris des mesures que certains pourraient trouver trop timides, mais il faut constater que ce sont des mesures qui ont été vues comme étant assez audacieuses. Ces mesures ont cherché à trouver des solutions innovatrices pour accommoder ces différents équilibres sans pour autant supprimer la liberté de création.

Lorsque l'on regarde les différents dossiers avec lesquels le CRTC a eu à se débattre, on a l'impression qu'il a assez bien réussi à maintenir cet équilibre. Cet équilibre entre la teneur



foreign programming. Canadians probably have the greatest access to foreign programming by way of cable retransmission or other means. But we also have access to a great deal of Canadian programming.

This is a striking success. Perhaps only a wealthy society can afford to be this open. You will not find this situation in many other countries, including advanced countries. Apart from news, there are many Canadian programs and foreign programs in other media areas. This is because the CRTC has developed flexible and nuanced regulations.

I have often criticized the CRTC, as have other Canadians. But generally speaking, it does extremely well.

[English]

**Senator Graham:** The witness has provided some very interesting thoughts to consider. I think you asked the question: How much editorial freedom should there be? That surprised me because I do not think you can measure editorial freedom by percentages or degrees.

You then moved on to jurisdictions and suggested that in some cases, we may have to consult with the provinces. You made the point that broadcasting is regulated by the CRTC and that newspapers are controlled by the private sector.

If there are provincial dimensions, what are they? Are there possible jurisdictional disputes over freedom of the press?

[Translation]

**Mr. Trudel:** The provinces have jurisdiction over the media's civil responsibilities, that is the civil consequences due to liable or defamatory liable. The provinces also have jurisdiction over media-labour relations. Newsroom independence involves various aspects of labour relations. Often, it has to do with journalistic ethics. These issues are closely linked to civil responsibility and the ability to determine whether a reporter has erred. That falls under provincial jurisdiction.

Any Canadian media regulation must take into account the fact that provincial governments are also involved in both sectors.

**The Chairman:** Therefore, you are really talking about going further in certain cases.

canadienne des émissions et un accès raisonnable et plus important à la programmation étrangère. Nous avons probablement au Canada l'accès le plus considérable à la programmation étrangère par le truchement de la retransmission par câble ou autrement. Mais on a aussi accès à un important bassin de programmations canadiennes.

C'est un exemple de succès assez considérable. C'est peut-être le pouvoir d'une société riche de se permettre ce genre d'ouverture. Ce n'est pas comme cela dans plusieurs pays, y compris ceux qui sont très développés. Outre le domaine de l'information, il y a une production canadienne importante qui coexiste avec une programmation étrangère dans d'autres domaines des médias. C'est le résultat d'une approche de régulation souple et nuancée caractérisant le CRTC.

J'ai souvent critiqué le CRTC, comme d'autres citoyens canadiens l'ont fait. De façon générale, c'est un outil extrêmement performant.

[Traduction]

**Le sénateur Graham:** Le témoin nous a donné matière à réflexion. Je pense que vous avez posé la question: Jusqu'où doit aller la liberté éditoriale? La question même m'a étonné car je ne pense pas que l'on puisse apposer des pourcentages et des degrés à cette liberté.

Vous avez ensuite parlé du partage des compétences et vous avez dit que dans certains cas nous devrions peut-être consulter les provinces. Vous avez rappelé que la radiodiffusion est réglementée par le CRTC et que les journaux sont contrôlés par le secteur privé.

S'il y a une dimension provinciale, quelle est-elle? Quels pourraient être les éventuels différends sur le plan des compétences en matière de liberté de la presse?

[Français]

**M. Trudel:** Les provinces ont une juridiction en matière de responsabilité civile des médias, c'est-à-dire les conséquences civiles résultant de la diffamation ou du libelle diffamatoire. Les provinces exercent une importante compétence en matière de relation de travail à l'intérieur des médias. Lorsqu'il s'agit de parler d'indépendance rédactionnelle, il y a d'importantes dimensions relatives aux relations de travail. Ce sont souvent des questions reliées à l'éthique journalistique. Ces questions sont fortement liées à la responsabilité civile, à la compétence de définir ce qu'est une faute sur le plan journalistique. Cela relève des gouvernements provinciaux.

Toute régulation qui voudrait viser l'ensemble de l'univers médiatique au Canada devrait tenir compte du fait que les gouvernements provinciaux exercent une compétence importante dans ces deux secteurs.

**La présidente:** Vous parlez d'aller encore plus loin dans certains cas.

I was thinking more specifically about *La Presse* and *Le Soleil* which are covered by provincial legislation stipulating that ownership of these newspapers cannot be transferred without the approval of the National Assembly. That is going quite far.

**Mr. Trudel:** Indeed, legislation relating to *La Presse* was passed in the 1960s, authorizing the sale of the newspaper. More recently, federal labour law officials deemed that those employed by the Canadian press were not governed by federal labour law but rather by provincial labour law.

As a result, provincial legislation is widely applied, at least in the case of the written press. On the issue of convergence, this requires greater cooperation.

[English]

**Senator Graham:** You have made a good point, of which I was not aware. I thank you for that supplementary — whether it was a question or a statement. It is more, I believe, an administrative problem and is not necessarily related directly to freedom of the press, per se.

I would like to come back to the CRTC. Are you concerned with cross-ownership and the possible effect on diversity of information of an amalgamation of newsrooms for both newspapers and broadcasters? Would the CRTC, if it decided to, be infringing on freedom of the press if it demanded that newsrooms of a newspaper and a broadcaster be separated?

[Translation]

**Mr. Trudel:** The CRTC has already moved in this direction. The CRTC concluded that this could lead to difficulties. The CRTC did in fact take this approach, for example, when Quebecor took over other media groups in Quebec. The commission required that a specific number of safeguards be put in place to ensure that the various newsrooms remained distinct from one another.

I am somewhat puzzled. It goes without saying that it is not always possible to document the negative impact of increased media concentration. This also depends on the spread of the concentration. There might be greater concentration in one particular type of media, but there are other types of media that have since come to the fore, for example, Internet-based media. As a result, there might not be such a huge loss of diversity as initially feared.

Where governments or regulating bodies conclude that levels of concentration in a particular industry are a cause of concern, what can legal experts do about that? This is a major challenge. When advocating greater concentration, there have to be benefits and disadvantages. One must also consider the disadvantages posed by concentration. When disadvantages are found, it is necessary to identify steps that must be taken to restore the balance.

Je pense notamment aux journaux *La Presse* et *Le Soleil* pour qui une loi provinciale indique que la propriété de ces journaux ne peut pas être transférée à autrui sans l'approbation de l'Assemblée nationale. Cela va loin.

**M. Trudel:** Oui, il y a une loi quant au journal *La Presse* adoptée dans les années 1960 pour autoriser la vente. Plus récemment, les autorités en matière de droit du travail fédéral ont jugé que les employés de la presse canadienne ne relevaient pas de l'autorité fédérale en matière de droit du travail mais plutôt des provinces.

Par conséquent, il y a une dimension provinciale assez forte à cet égard dans le domaine de la presse écrite, à tout le moins. Dans le domaine de la convergence, on peut penser que cela appelle une plus grande coopération à cet égard.

[Traduction]

**Le sénateur Graham:** L'argument est bon et je n'y avais pas pensé. Je vous remercie de ce complément d'information — peu importe que ce soit une interrogation ou une déclaration. À mon avis, c'est davantage un problème administratif qui n'est pas nécessairement lié à la liberté de la presse en soi.

Je voudrais revenir au CRTC. La propriété croisée et les conséquences éventuelles de la fusion des salles de rédaction des journaux comme des radiodiffuseurs vous inquiètent-elles au nom de la diversité de l'information? S'il choisissait de le faire, le CRTC porterait-il atteinte à la liberté de la presse s'il exigeait que soient séparées les salles de presse des journaux et celles des radiodiffuseurs?

[Français]

**M. Trudel:** Le CRTC a déjà fait cela. Le CRTC est arrivé à la conclusion que cela pouvait comporter des difficultés. Il l'a fait récemment, entre autres, lorsque Québecor a pris le contrôle de plusieurs médias au Québec. Il a exigé la mise en place d'un certain nombre de précautions pour assurer la séparation structurelle des salles de rédaction.

Je suis assez perplexé. Il est vrai qu'on ne peut pas toujours documenter les conséquences adverses de la concentration accrue des médias. Cela dépend aussi de la façon dont on l'a calculée. On peut dire qu'il y a plus de concentration dans un certain type de médias mais, en revanche, il y en a d'autres qui ont émergé comme, par exemple, les médias sur Internet. Par conséquent, il n'y a peut-être pas une aussi grande perte de diversité que ce que l'on pourrait craindre.

Lorsque l'autorité gouvernementale ou régulatrice en arrive à la conclusion que le niveau de concentration existant dans un secteur peut soulever des inquiétudes, que peut-on faire du point de vue d'un technicien juriste? C'est là le grand défi. On ne peut pas à la fois préconiser la concentration et y voir seulement les avantages. Il faut aussi tenir compte des inconvénients que la concentration peut provoquer. Et lorsqu'on y trouve des inconvénients, il faut identifier des mesures pour rétablir l'équilibre.



Knowing exactly when this danger arises will always be the subject of debate. The written press industry is no different from other industries in our society. There comes a time when decisions have to be made and it has to be determined whether the conditions governing the public information industry are the right ones or not. There also comes a time when it is appropriate to develop safeguards or measures to restore a balance.

The major challenge is developing effective measures which will not undermine press freedom. This is the major challenge facing us over the next few years, because we are already faced with concentration as a phenomenon. Once the ball has been set rolling, it is quite difficult to go back.

The major challenge of the next few years is to guarantee editorial freedom against the background, at least for the foreseeable future, of greater ownership concentration.

[English]

**Senator Graham:** Did the intervention by the CRTC in the situation in Quebec cause you concern?

[Translation]

**Mr. Trudel:** Indeed, this was quite foreseeable.

[English]

**Senator Graham:** Was it a fair intervention?

[Translation]

**Mr. Trudel:** In order not to mislead the members of the committee, I think it is important to mention that Quebecor used me as a consultant. As such, I drafted a report, which was tabled to the CRTC. In this report, Quebecor put forward recommendations on the issue of editorial privacy. The applicant was prepared to implement measures to guarantee independence. It was feared that the newsrooms of newspapers and television stations acquired by Quebecor would be merged. As a result, there was some concern from various quarters over information diversity. In light of this, Quebecor put forward measures that were, to all intents and purposes, endorsed by the CRTC.

Given the fact that I was a consultant for Quebecor, I am not really in a position to give you an expert opinion. However, I believe, as a consultant and an ordinary citizen, that these measures were reasonable.

[English]

**The Chairman:** I may not have expressed myself clearly a moment ago, but the law about the newspaper *La Presse*, to which I referred, is not administrative. You cannot sell that newspaper — it cannot change owners — without the approval of the National Assembly of Quebec.

This is something that is not widely realized, and I do not know if there are any other similar cases anywhere. Clearly, that step was taken because of the enormous importance of that newspaper

Cela demeurera toujours un débat pour savoir à quel moment il y a un danger. L'univers de la presse ne se différencie pas des autres univers de notre société. Vient un moment où quelqu'un doit prendre une décision et doit déterminer si les conditions d'exercice du métier d'informateur public sont correctes ou non. Il faut aussi prévoir s'il y a lieu de mettre en place des protections ou des mesures pour rééquilibrer les choses.

Le grand défi est de s'assurer d'avoir des mesures efficaces qui n'auront pas un effet à l'encontre de la liberté de presse. C'est cet effort qui est le grand défi à relever pour les années à venir, puisque le niveau de concentration est déjà devant nous. À moins de vouloir débrouiller des œufs, j'imagine mal que l'on puisse revenir à une situation antérieure.

Le grand défi des années à venir est de s'organiser pour garantir la liberté éditoriale dans un contexte où la propriété sera, pour un avenir prévisible, de plus en plus concentrée.

[Traduction]

**Le sénateur Graham:** L'intervention du CRTC dans la province de Québec vous a-t-elle inquiété?

[Français]

**M. Trudel:** Non, c'était une intervention tout à fait prévisible.

[Traduction]

**Le sénateur Graham:** Était-ce une intervention justifiée?

[Français]

**M. Trudel:** Afin de ne pas induire les membres du comité en erreur, il est important de mentionner que la compagnie Québecor a fait appel à mes services à titre de consultant. À ce titre, j'ai rédigé un rapport, qui fut déposé au CRTC, dans lequel la compagnie Québecor faisait des recommandations sur la confidentialité de l'information dans ses salles de rédaction. La requérante était disposée à instaurer des mesures qui garantiraient l'autonomie. Dans le cas échéant, on craignait que les salles de rédaction des journaux et des réseaux de télévision acquis par Québecor ne soient fusionnées. En ce faisant, plusieurs s'inquiétaient de la diversité de l'information. Québecor a alors proposé des mesures que le CRTC a ni plus ni moins entérinées.

Ayant été consultant pour Québecor, je ne suis pas tout à fait en mesure de vous donner une opinion d'expert. Toutefois, j'estime, en tant que consultant et citoyen, que ces mesures ont été raisonnables.

[Traduction]

**La présidente:** Je ne me suis peut-être pas exprimée assez clairement il y a un instant. En effet, la loi qui concerne le quotidien *La Presse* dont j'ai parlé n'est pas une loi administrative. Vous ne pouvez pas vendre ce quotidien — il ne peut pas changer de propriétaire — sans l'approbation de l'Assemblée nationale du Québec.

C'est une chose qui est peu connue et je ne sais pas s'il existe des cas semblables ailleurs. Manifestement, on a choisi de procéder ainsi étant donné l'énorme importance de ce quotidien

to that society. It is a hugely important institution for French Quebec. It is something to bear in mind as we survey the legal landscape.

[Translation]

**Senator Corbin:** You were given the task of developing a free press in west Africa. What is the impact of economic development on press freedom, from both a theoretical and a practical point of view?

I do not know to what extent you are familiar with recent changes in press ownership in New Brunswick. Recently, a major press conglomerate acquired a whole range of dailies in the St. John River valley. These were all English-language newspapers, with the exception of one French-language daily founded over 90 years ago. In New Brunswick, unlike Quebec, we do not have legislation prohibiting this type of takeover.

This example really illustrates my first question. Either we support freedom of the press using economic resources or we promote the control of the written press by powerful conglomerates. I would like to know what you would have to say about that issue.

**Mr. Trudel:** Undoubtedly, there is a link between how wealthy a society is and press diversity. Information and the press are not free.

Your question dealt with my experience in west Africa. Within the framework of a CIDA initiative, I was indeed involved in a program to train journalists and to promote press freedom. In some areas of Canada, it is necessary to reconcile the often very difficult economic situations of some media groups with the imperatives of public information and press freedom. In terms of this issue, we have successfully come up with solutions geared to reconciling these challenges. There was great interest in Africa in our solutions.

I am not totally up to speed with the current situation in New Brunswick. However, in terms of the provinces, the federal government or the CRTC, and dealing with problems of information diversity, we have always, to date, managed to provide safeguards for freedom of information. We have managed to safeguard the ability of information workers, that is, journalists, to do their job of informing Canadians. We have been successful in creating conditions whereby journalists are forced to provide information based on their professional judgment. This is the bottom line.

Both trust and professional judgment are the bottom line, and, we must do everything in our power to keep it that way. In order to do this, we can do several things. However, very often the only way of safeguarding media bodies is really to merge them into a larger enterprise. It really comes down to integrating the smaller companies into one larger corporation with the necessary resources to keep it afloat.

We have to ensure that media companies can really survive. However, this often means that these groups have to ensure their own credibility. Entrepreneurs base their operations on specific

pour la société. Au Québec français, c'est une institution d'importance colossale. Il faudra s'en rappeler quand nous étudierons le cadre juridique.

[Français]

**Le sénateur Corbin:** Vous avez été chargé du développement d'une presse libre en Afrique occidentale. Quelle est l'influence du développement économique sur la liberté de la presse, en théorie ou en pratique?

Je ne sais pas à quel point vous êtes familier avec l'évolution récente de la propriété de la presse au Nouveau-Brunswick. Récemment, un important groupe de presse a fait l'acquisition d'une série d'hebdomadaires le long de la vallée de la rivière Saint-Jean. Il s'agit d'hebdomadaires de langue anglaise ainsi qu'un hebdomadaire de langue française qui existe depuis plus de 90 ans. Au Nouveau-Brunswick, nous n'avons pas, comme au Québec, une loi qui empêche ce genre de mainmise.

Cet exemple illustre un peu ma question initiale. On soutient une liberté de presse à l'aide de ressources économiques, ou on favorise la mainmise sur une presse qui vit de jour en jour par de puissants groupes. J'aimerais entendre vos commentaires à ce sujet.

**M. Trudel:** Il existe certes un lien entre la richesse d'une société à tout égard et la diversité de sa presse. L'information et la presse ne sont pas gratuites.

Votre question portait sur mon expérience en Afrique occidentale. Dans le cadre d'un projet de l'ACDI, j'ai effectivement travaillé sur un programme de formation de journalistes et de liberté de presse. Dans certains contextes, au Canada, il faut concilier les situations économiques parfois fort difficiles des médias avec des impératifs de liberté de presse et d'information publique. À cet égard, on a su, à différents moments, trouver des solutions visant à concilier ces enjeux. Ces solutions ont soulevé en Afrique un vif intérêt.

J'ignore la situation exacte au Nouveau-Brunswick. Toutefois, sur le plan provincial, fédéral ou au niveau du CRTC, lors de situations problématiques à l'égard de la diversité de l'information, on a réussi jusqu'à maintenant à assurer de façon nuancée la protection de ce qui doit être préservé, c'est-à-dire la liberté d'information. On a réussi à préserver la capacité pour les travailleurs de l'information, les journalistes, d'assumer leur mandat d'informer le public dans des conditions où ils peuvent agir uniquement en se fondant sur leur jugement professionnel — ce qui est en fait l'ultime règle.

La confiance et le jugement professionnel deviennent la seule règle, et il faut à tout prix la préserver. Pour ce faire, il existe plusieurs façons de procéder. Mais, bien souvent, la seule façon de préserver les médias est de précisément les intégrer dans un ensemble plus vaste, donc de les intégrer dans une entreprise qui disposera des moyens pour assurer leur survie.

On a le défi de s'assurer que les médias pourront survivre véritablement. Or survivre véritablement, pour un média, signifie souvent assurer sa propre crédibilité. Les entrepreneurs, dans une



management strategies, which in my opinion, are often incomplete and tend to brush over the fact that the major value of a newspaper or a media group is its own credibility. Where steps are taken to develop a strategy to safeguard media credibility, the particular entity can be merged into a larger body, while at the same time preserving editorial freedom.

Managers of press groups are the first to recognize the importance of credibility as a long-term capital asset of their particular enterprise. To the extent that steps are successfully developed to safeguard this credibility, it may be easier to build consensus than might have initially been thought.

[English]

**Senator Graham:** I thank Senator Corbin for raising the question. I would be interested in knowing what countries you worked in in Western Africa. I have had some experience in election observing in that part of the world, and there are media outlets that are owned and controlled by governments.

I remember an experience in Namibia, in the first free election they had in November 1989. A group of us were asked by the UN to go and assess the electoral law six months prior to the election. One of the things we found was — I use this in the kindest way — the ignorance of the people in trying to understand what a democracy was about and what their rights and responsibilities were in a democracy. They had no access to any kind of media.

The media that was there was the SWABC, which was owned and controlled by the South African administrators. We had a difficult time persuading the SWABC and the owners to provide equal time to all of the parties contesting the election. It was also difficult to convince them to use the facility for educational purposes in terms of teaching the people in the far-flung areas of Namibia about their rights and responsibilities in a democracy — even how to get to a polling station and how to vote. Do you care to comment on that?

Incidentally, may I say that 75 per cent of our recommendations to change were accepted. They finally did come around to providing equal time to the other parties.

[Translation]

**Mr. Trudel:** We worked in west Africa, more specifically in Benin, Mali and in Guinea-Conakry. We were also involved in initiatives in Ghana.

The relationship between state-controlled media outlets and good news standards were all questions that we had to address. These standards are mainly based on providing both time and space to cover all political trends.

In that sense, they are often interested in Canadian solutions that allow for the preservation of the media's autonomy, while ensuring its diversity at the same time.

certain logique gestionnaire, à mon humble avis, parfois un peu incomplète, ont souvent tendance à oublier que la principale valeur d'un journal ou d'un média est sa crédibilité. Si des mesures doivent être conçues pour préserver la crédibilité du média, on peut à la fois assurer leur intégration dans des groupes plus vastes, tout en préservant une liberté éditoriale.

Les gestionnaires des groupes de presse sont les premiers à reconnaître l'importance de la crédibilité en tant que capital à long terme de leur entreprise. Dans la mesure où les moyens sont bien conçus pour préserver cette crédibilité, ils peuvent faire le consensus plus facilement qu'on aurait pu l'imaginer à priori.

[Traduction]

**Le sénateur Graham:** Je remercie le sénateur Corbin d'avoir soulevé la question. Il m'intéresserait de savoir dans quel pays d'Afrique de l'Ouest vous avez travaillé. J'ai participé à des missions d'observation des élections dans cette région du monde et il y a des médias là-bas qui sont possédés et contrôlés par le gouvernement.

Je me rappelle d'une expérience en Namibie, en novembre 1989, lors des premières élections libres dans ce pays. Nous étions tout un groupe à qui les Nations Unies avaient demandé d'aller évaluer la loi électorale six mois avant les élections. Nous avons découvert — et je ne dis pas ça de façon méprisante — que les gens ignoraient ce qu'était une démocratie et quels étaient leurs droits et responsabilités en démocratie. Ils n'avaient accès à aucun genre de média.

Le seul média qui existait était le SWABC, possédé et contrôlé par les administrateurs sud-africains. Nous avons eu du mal à convaincre le SWABC et ses propriétaires d'offrir un temps égal à tous les partis en lice. Il a également été difficile de les convaincre de se servir de leurs installations pour renseigner les gens dans les régions éloignées de la Namibie sur leurs droits et leurs responsabilités en démocratie — voir comment se rendre à un bureau de scrutin et comment voter. Avez-vous quelque chose à ajouter là-dessus?

Soit dit en passant, permettez-moi de dire que 75 p. 100 de nos recommandations ont été acceptées. À la fin, ils ont consenti à offrir un temps d'antenne égal aux autres partis.

[Français]

**M. Trudel:** Notre travail en Afrique de l'Ouest s'est fait au Bénin, au Mali et en Guinée Conakry. Des interventions ont également été faites au Ghana.

La relation entre le média public appartenant à l'État et les standards de bonne information journalistique sont des questions qui se posent. Ils insistent beaucoup sur le partage de temps ou le partage d'espace pour refléter toutes les tendances politiques.

Dans ce sens, ils sont souvent intéressés par les solutions développées au Canada qui permettent à la fois de préserver l'autonomie des médias et d'en assurer la diversité.

Take the example of equal time. This is a more equitable approach. We try to treat each point of view fairly. This is a less predictable approach. It appeals to editorial judgment in the media, which allows the media to play an educational role, the awareness-role building that we expect of them.

This as opposed to simply being a conduit that allows a quarter page in the newspaper or 15 minutes to each political group regardless of the importance that they may have within our society.

I found this experience most interesting. Often, when we reflect on our experiences, we appreciate the value of what we have in Canada in terms of news media. It is perhaps unfair to do so, because these countries are amongst the poorest on the planet, but we can readily see the breadth of the difference, and also the role that the media plays in democracy.

This can really be seen through observing the role that media plays in the newly emerging democracies of these African countries. We can see how important the role of the press is in democratic life. We have a tendency to forget that here, because we take it for granted. It is a bit like an old friend.

[English]

**Senator Merchant:** I am sorry that I missed some of your presentation. Perhaps you touched on this, but I would like to ask my question.

There was some talk about the CRTC. In this country, one party seems to govern for long periods of time. We have been in government for 10 years, and, if we go by the polls, we may be governing for some time to come.

Do you think that some of the broadcasters may view the CRTC with a bit of a jaundiced eye? Is there a little bit of cynicism or skepticism that the CRTC might be composed of friends of the government or people who are sympathetic to the government of the day because they are appointed? Do you think that blurs the function of the CRTC? Is that a perception out there?

[Translation]

**Mr. Trudel:** It is certainly the role of all governments to protect the credibility of their regulatory agencies.

Generally speaking, if we look at the history of the CRTC, we certainly do not see a generalized practice of appointing people with publicly stated political preferences. All Canadian governments wish, perhaps not always but generally speaking, to avoid appointing people who have such a high-profile political past that it could undermine their credibility in positions of this nature. That is the tradition.

Prenez l'exemple du temps égal. Ici, nous avons plutôt une approche d'équité. On cherche à traiter équitablement les différents points de vue. Ce qui est une approche moins prévisible. Elle fait appel au jugement éditorial des médias ce qui permet aux médias de jouer ce rôle de sensibilisation, ce rôle éducatif que l'on attend d'eux.

À cet égard, par opposition à être simplement le porte-voix qui donne un carré de page de journal ou 15 minutes à chacun des groupes politiques peu importe l'importance qu'il peut avoir dans la société.

J'ai trouvé cette expérience intéressante. C'est souvent lorsque que nous constatons nos expériences que nous apprécions la valeur de ce que nous avons au Canada en terme de médias d'information. C'est peut-être un peu inéquitable de le faire parce que ces pays sont parmi les plus pauvres de la planète, mais on voit bien l'ampleur de la différence mais aussi le rôle que jouent les médias dans la démocratie.

On peut vraiment voir en observant les médias des pays d'émergence récente de la démocratie que sont ces pays africains. On peut voir à quel point la presse joue un rôle important dans la vie démocratique. Nous avons tendance à l'oublier parce que pour nous cela fait partie du paysage. C'est un peu comme une vieille amie.

[Traduction]

**Le sénateur Merchant:** Excusez-moi mais, j'ai manqué une partie de votre exposé. Vous en avez peut-être parlé mais je vous pose la question de toute façon.

Il a été question du CRTC. Dans notre pays, le même parti reste au pouvoir longtemps. Nous sommes au pouvoir depuis 10 ans et à en croire les sondages, nous gouvernerons encore pendant un certain temps.

À votre avis, certains radiodiffuseurs auraient-ils lieu de se méfier du CRTC? Serait-il cynique ou sceptique de dire que le CRTC est composé d'amis du gouvernement ou de gens qui ont des sympathies à l'endroit du gouvernement de l'heure parce que c'est lui-même qui les a nommés? Pensez-vous que cela fausse l'objectif du CRTC? Est-ce qu'on a cette impression?

[Français]

**M. Trudel:** C'est certainement un devoir pour tout gouvernement de protéger la crédibilité de ses organismes de régulation.

De façon générale, si on regarde l'histoire du CRTC, on ne peut certainement pas voir un modèle généralisé de nominations de personnes ayant des préférences politiques publiquement affirmées. Tous les gouvernements au Canada ont eu à cœur, peut-être pas toujours mais de façon générale, d'éviter de nommer à des postes de cette nature des gens qui pourraient avoir un passé politique si marqué que cela pourrait porter atteinte à leur crédibilité. Cela tient à la tradition.



Some countries have an equivalent to the Broadcasting Act, which clearly states where the members come from, and practically give out their initials. In Canada it is a government decision. The government is not bound by any written rules. The independence of the CRTC is clearly an important custom of the regulatory system. Even if it is an unwritten rule, it makes all the difference. It is not that someone with a political past, regardless of what it is, would be a bad regulator; everyone has a past. Many judges have been politically active, which does not prevent them from being excellent judges and from being rigorous and completely objective in making their decisions. In and of itself, it is not a problem.

In these matters, perception plays an important role. We must not forget that in our regulatory system there is the constant concern, which has been historically demonstrated, that we must ensure the appointment of people who are probably not enemies of the government in power. But there has been, it seems, a concern to preserve the credibility of the organization. This has everything to do with the quality of the regulation. Even more so because this is not the kind of thing that is easily decreed. It is a mindset, an attitude that has to be watched over daily, in part through vigilant public opinion. When the day comes that this is no longer a natural tendency for governments, we will have to think along the lines of mechanisms of parliamentary control of nominations, which is not a better approach. Often we expose people's pasts and drag them through the mud before they have even had a chance to take on the job. This is one of the basic aspects of a regulatory system.

[English]

**Senator Merchant:** I have known quite a few cases where, as members from the CRTC leave, they find employment with some form of media. I wonder if subconsciously, knowing that down the road they want to look for employment with these very people — and because we are all human — if there is an element there that, perhaps, clouds their decisions a bit.

[Translation]

**Mr. Trudel:** Then again, there is the classic phenomenon of influence over regulators.

The regulators live in the same milieu and play at the same golf courses, and see their futures in the industry that they are responsible for regulating. There will always be the possibility of some influence being exerted over their decisions. It is true that there have been cases where people who were members of the CRTC were hired later. From the analyses that I am familiar with, there does not seem to be a constant model. There have been cases like this, but I do not think one could say it is widespread. There is a balance that must be maintained.

In some pieces of legislation, there are provisions forbidding members of these regulatory agencies from accepting positions with the businesses they have had to regulate, for a certain period of time. It is a further guarantee to minimize this phenomenon of influence over people.

Certains pays ont l'équivalent de la Loi sur la radiodiffusion qui nomme avec précision la provenance des membres et c'est tout juste si on ne donne pas les initiales des gens. Au Canada, cela se fait par décision gouvernementale. Le gouvernement n'est tenu à aucune règle écrite. Il est certain que c'est un usage essentiel dans le système de régulation que nous avons que cette indépendance du CRTC. Même si ce n'est pas écrit, cela fait toute la différence. Ce n'est pas que quelqu'un qui aurait un passé politique, quel qu'il soit, serait un mauvais régulateur. Tout le monde a un passé. Plusieurs juges en ont eu et cela ne les empêche pas d'être d'excellents juges et de juger en toute objectivité et en toute rigueur ce qu'ils ont à décider. En soi, ce n'est pas un problème.

En ces matières, l'univers des perceptions joue un rôle important. Il ne faut pas perdre de vue que dans la qualité de notre système de régulation, il y a le souci constant, que l'on a historiquement démontré, d'assurer la nomination de personnes qui ne sont probablement pas des ennemis du gouvernement en place. Mais il y a eu, semble-t-il, un souci de préserver la crédibilité de l'organisme. Cela joue pour beaucoup dans la qualité de la régulation, d'autant plus que ce genre de chose se décrète mal. C'est un état d'esprit, c'est une mentalité qu'il faut préserver chaque jour, entre autres, par une opinion publique vigilante. Le jour où cette tendance ne sera plus naturelle chez les gouvernants, il faudra alors penser à des mécanismes de contrôle parlementaires des nominations ce qui n'est pas une meilleure approche. Souvent, on va déballer le passé des gens et leur faire des procès avant de leur laisser le temps d'occuper leur poste. C'est une des données fondamentales d'un système de régulation.

[Traduction]

**Le sénateur Merchant:** J'ai constaté que dans bien des cas, quand des membres du CRTC quittent leurs fonctions, ils sont embauchés par les médias. Dans leur subconscient, sachant que plus tard ils chercheront des emplois auprès de ceux qu'ils réglementent — la nature humaine étant ce qu'elle est — se pourrait-il qu'ils soient influencés et que leurs décisions s'en ressentent un peu?

[Français]

**M. Trudel:** C'est là aussi un phénomène classique, le phénomène de capture des régulateurs.

Les régulateurs vivent dans les mêmes milieux et fréquentent les mêmes terrains de golf et ils voient leur avenir dans cette industrie qu'ils sont chargés de régulariser. Il y a forcément toujours une possibilité que cela ait une influence sur leur décision. Il est vrai qu'il y a eu des cas où des personnes autrefois membres du CRTC ont été ensuite embauchées. D'après les analyses que je connais, il ne semble pas y avoir de modèle constant. Il y a des situations de cette nature mais je ne pense pas que l'on puisse dire que c'est généralisé. Il y a un équilibre à préserver.

Dans certaines lois, on voit des interdictions aux membres de ces organismes de régulation d'occuper des fonctions dans des entreprises qu'ils ont eues à régulariser pendant une certaine période. C'est une garantie supplémentaire qui peut atténuer ce phénomène de capture des personnes.

In order to have regulators who are credible in the eyes of the industry, they must be people who know the business. One has to expect that people with experience in the industry will be appointed to the CRTC, because if not we would find ourselves in a situation that is no better, that is to say that the industry would not take the regulators seriously because they would not believe them to be competent to judge what they are doing. One approach that is often recommended is precisely to stipulate a period during which a member of an organization such as the CRTC would not be able to accept a senior position or be an employee of a business that he or she has had to regulate.

**The Chairman:** Is there such a rule in the case of the CRTC?

**Mr. Trudel:** Not to my knowledge.

**The Chairman:** It would be easy to check.

**Mr. Trudel:** I do not think there is. I deal with this legislation daily, but not having it before me I do not want to be too categorical. I would be quite surprised if there was something in the act on this subject.

**The Chairman:** Your experience and your expertise are quite broad. We hear a lot about convergence and concentration of ownership. I do not want to ask questions regarding what is “desirable” or “undesirable” about these two phenomena. Some people say that in both cases, these things are both necessary and even inevitable. Do you have an opinion on this necessity or inevitability?

**Mr. Trudel:** When one is in university, one has a tendency to look at things with a scientific eye. In the world of human decisions, nothing is inevitable or inescapable. What I understand in the talk about the inevitable character of convergence and of concentration, is that there is a certain yielding to international trends. It is true that in most industries, and particularly in the media, we are very susceptible to fads. Remember what happened when AOL merged with Time Warner. Almost from one day to the next, everyone in all of the media industries started saying that convergence would ensure universal wealth and happiness; it was what had to be done.

Subsequent events showed that it was not that easy. There are no phenomena that are so inevitable and so simple. There is often much debate around these issues. In the history of Canadian media, people have often spoken about inevitability. I see it as discussions whose usefulness is to draw our attention to the major trends that will necessarily affect us. We cannot deny it. Not that they are inevitable, but, quite simply, we recognize their existence and their effect. When the major American players have strategies, this obviously has an effect on Canada. That is how I understand the talk about the inevitability of convergence and of concentration. It does not mean that nothing can be done. We have a tendency to think that because something is inevitable, nothing can be done, and that we just have to sit down and wait for the end.

Pour avoir des régulateurs crédibles aux yeux de l'industrie, il faut des gens qui la connaissent. Il faut s'attendre à ce que des personnes ayant une expérience dans l'industrie soient nommées au CRTC. Sinon, on se retrouve avec une situation qui n'est pas mieux, c'est-à-dire que l'industrie ne prend pas les régulateurs au sérieux en estimant qu'ils n'ont pas la compétence de juger de ce qu'ils font. Une des approches souvent préconisées, c'est précisément de prévoir une période pendant laquelle le membre d'un organisme comme le CRTC ne pourrait pas être dirigeant ou employé d'une entreprise qu'il a eu à réguler.

**La présidente:** Y a-t-il une telle règle dans le cas du CRTC?

**M. Trudel:** Pas à ma connaissance.

**La présidente:** C'est facile à vérifier.

**M. Trudel:** Je ne pense pas. J'ai recours à cette loi quotidiennement, mais ne l'ayant pas sous les yeux, je voudrais pas être trop catégorique. Je serais fort étonné qu'il y ait quelque chose dans la loi à ce sujet.

**La présidente:** Vous avez une expérience et une expertise assez vaste. On nous parle beaucoup de la convergence et de la concentration de la propriété. Je ne vous pose pas de questions sur la «soutenabilité» ou la «non soutenabilité» de ces deux phénomènes. Toutefois, certaines personnes disent que dans les deux cas, ce sont des choses nécessaires et même inévitables. Avez-vous une opinion sur la nécessité ou l'inévitabilité?

**M. Trudel:** Lorsqu'on est à l'université, on a tendance à regarder les choses avec une vision plutôt scientifique. Dans l'univers des décisions humaines, rien n'est inévitable ou inéluctable. Ce que je comprends de ces discours au sujet du caractère inévitable de la convergence et de la concentration, c'est un certain mimétisme des tendances internationales. Il est vrai que dans la plupart des industries et singulièrement dans celle des médias, on a une très grande perméabilité aux modes. On se souviendra tous de ce qui est arrivé lorsque AOL a fusionné avec Time Warner. Presque du jour au lendemain, tout le monde dans l'industrie des médias s'est mis à dire que la convergence allait assurer la richesse et l'euphorie universelle; c'est ce qu'il fallait faire.

La suite a démontré que ce n'était pas aussi simple. Il n'y a pas de phénomènes aussi inévitables et aussi simples qu'on veut bien le mentionner. C'est souvent des arguments. Dans l'histoire des médias au Canada, les discours sur l'inévitabilité a souvent été utilisé. Je le lis comme étant un discours qui consiste à attirer notre attention sur des tendances lourdes qui vont nécessairement nous affecter. On ne peut pas le nier. Non pas qu'elles soient inévitables, mais simplement, on constate qu'elles existent et qu'elles ont leur effet. Lorsque les grands joueurs américains ont des stratégies, cela a nécessairement un effet au Canada. C'est comme cela que je comprends le discours sur la caractère inévitable de la convergence et de la concentration. Cela ne veut pas dire qu'il n'y a rien à faire. On a tendance à penser que parce que c'est inévitable, il n'y a rien à faire, qu'il faut s'asseoir et attendre que cela finisse.



That is not governing. If Canada had proceeded that way, we would not have our broadcasting system and no Canadian media organization would have survived. If we had taken that approach at the beginning of the 20th century, we would probably not have a public broadcaster today. It is always tricky to go back in history. There would not have been a great degree of Canadian presence in the media. But we did not go that route. We were innovative and coped with major trends.

There is no point denying these trends or simply rejecting them out of hand; you have to acknowledge them and think of ways to deal with them.

A problem that often arises is that there are no other models to turn to. Few countries as developed as Canada have had to face this kind of challenge within the media universe. Because of our situation, we are one of several countries that have had to innovate and design new regulations. Regulations are a means but not an end. You do not regulate just for the fun of it; you do so because you have problems to solve and challenges to face.

Canada is often forced to find innovative solutions because we are the first ones affected. We were the first ones affected by direct satellite broadcasting, by cable distribution and by the heavy presence of the American media, for whom it was easy to enter our market. But we found innovative solutions for which there were not many precedents.

Few countries face these types of challenges. Because English Canada shares the same language as the United States, many Canadians cannot distinguish between the American edition of *Time* and its Canadian edition. These are some of the issues we have to deal with. Because we are confronted with sometimes unavoidable situations, we have to tackle them straight on and not be afraid to innovate.

Innovation must occur in the area of regulation. There is no reason why there should be innovation in every other field, and not in that one. That is the challenge.

**The Chairman:** Thank you very much. If you have any recommendations to make with regard to innovation, please do not hesitate to send them to us. What you had to say was fascinating.

**Mr. Trudel:** I have here a document from the German Constitutional Court on freedom of expression. I have quoted from this document in my paper and I will leave a copy with you.

The committee adjourned.

Ce n'est pas cela gouverner. Si le Canada avait fait cela, il n'y aurait pas de système de radiodiffusion, aucun média canadien n'aurait survécu. Si on avait fait cela depuis le début du XX<sup>e</sup> siècle, il n'y aurait probablement pas de radiodiffusion publique. C'est toujours délicat de faire de l'histoire à rebours. Il y aurait fort peu de présence canadienne dans les médias. Ce n'est pas ce qui a été fait. On a su utiliser des façons innovatrices et de tenir compte de ces tendances lourdes.

Il ne s'agit pas de les nier ou de s'y opposer de façon simpliste, mais d'en tenir compte et surtout de concevoir des mesures.

Souvent, la difficulté est que l'on ne trouve pas d'autres modèles dans ce domaine. Peu de pays sont à notre niveau de développement et ont à faire face au défi qu'est le nôtre en terme d'univers médiatique de sorte qu'on fait partie, par la force des choses, du groupe des pays qui ont à innover dans ce domaine et dans les façons de concevoir la régulation. La régulation est un moyen et non pas une fin en soi. On ne fait pas de régulation simplement pour le plaisir, on le fait parce qu'on a des contradictions à résoudre, des défis à relever.

Au Canada, on est appelé souvent à être les innovateurs parce qu'on est souvent les premiers touchés. On a été les premiers touchés par l'avènement de la diffusion directe par satellite, la câblodistribution, le lourd poids des médias américains qui arrivaient au Canada avec beaucoup de facilité et on a su trouver des mesures innovatrices. Il n'y avait pas beaucoup de précédents.

Peu de pays ont ce genre de défis à relever. Notamment, pour le Canada anglais, la parenté linguistique avec les États-Unis fait en sorte qu'un grand nombre de nos concitoyens ne voient pas de différence entre le *Time*, édition américaine, et le *Time* imprimé au Canada. Il peut y avoir des défis de cette nature. Face à ces caractères inévitables, il faut avoir l'attitude de regarder ce qui peut être fait et ne pas hésiter à innover.

L'univers de la régulation en est un où il doit y avoir de l'innovation. Il n'y a pas de raison qu'il y ait de l'innovation dans tous les autres domaines et pas dans celui-là. C'est le défi.

**La présidente:** Nous vous remercions beaucoup. Si vous avez des recommandations au sujet de cette innovation, n'hésitez pas à nous les envoyer. Cela a été fascinant.

**M. Trudel:** J'ai avec moi un document de la Cour constitutionnelle allemande qui traite de la liberté d'expression. Je l'ai cité dans le texte et je vous en laisse copie.

La séance est levée.

---

OTTAWA, Tuesday, June 3, 2003

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 9:35 a.m. to examine the current state of Canadian media industries; emerging trends and

---

OTTAWA, le mardi 3 juin 2003

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit ce jour à 9 h 35 pour examiner l'état actuel des industries des médias canadiennes, les tendances et les développements émergents au sein de ces industries, le rôle, les

developments in these industries; the media's role, rights, and responsibilities in Canadian society; and current and appropriate future policies relating thereto.

**Senator Joan Fraser** (*Chairman*) in the Chair.

[*English*]

**The Chairman:** This is a meeting of the Standing Senate Committee on Transport and Communications, which is examining the state of the Canadian news media.

[*Translation*]

The committee is examining the appropriate role of public policy in helping to ensure that the Canadian news media remain healthy, independent, and diverse, in light of the tremendous changes that have occurred in recent years, notably, globalization, technological advantage, convergence, and increased concentration of ownership.

[*English*]

Today, our first witness is Mr. Brian MacLeod Rogers, a lawyer specializing in media law and civil litigation. Mr. Rogers has represented individuals and media organizations in proceedings dealing with libel, privacy, copyright, freedom of expression and constitutional issues. He also teaches a course on media law at Ryerson.

Welcome to the Senate. I think you understand the drill here. You make an opening statement of maybe 10 minutes and then we go to questions and comments.

**Mr. Brian MacLeod Rogers, Lawyer, as an individual:** I look forward to those questions. I am here to be of whatever assistance I can. My intent is to talk about laws that affect the media at present, both publishers and broadcasters. At Ryerson School of Journalism, my colleague, Mr. Bert Bruser, and I teach a 13-week course that we created in 1993. It is interesting that, until that time, there were just a few lectures every year on Canadian legal issues for journalism students.

Other journalism schools have also adopted media law courses, and I also teach in newspapers and at other gatherings where particular aspects of the law need to be focused on. There is, at present, no course at any law school in Canada that is focused on the law affecting the media. For example, there is no course that focuses on libel law, which is by far the most important area of concern to the media. In fact, when I was at law school — it was a few years ago; I was at the University of Toronto law school, a great law school — there was not a single course available to me to learn libel law. I had to undertake independent research — papers and studies — to do that, which I did in my second and third year.

One of the themes I want to bring to bear, as well as answering questions about the nature of the law, is that in this country we have not had the same devotion to, and focus on, free-expression

droits, et les obligations des médias dans la société canadienne, et les politiques actuelles et futures appropriées par rapport à ces industries.

**Le sénateur Joan Fraser** (*présidente*) occupe le fauteuil.

[*Traduction*]

**La présidente:** Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications est réuni pour examiner la situation des médias canadiens d'actualité.

[*Français*]

Le Comité examine quel rôle l'État devrait jouer pour aider nos médias d'actualités à demeurer vigoureux, indépendants et diversifiés dans le contexte des bouleversements qui ont touché ce domaine au cours des dernières années, notamment la mondialisation, les changements technologiques, la convergence et la concentration de la propriété.

[*Traduction*]

Nous allons commencer aujourd'hui par entendre M. Brian MacLeod Rogers, un avocat spécialisé en droit des médias et en contentieux civil. M. Rogers a représenté des particuliers et des organismes de médias dans des affaires de libelle diffamatoire, de protection des renseignements privés, de droits d'auteur, de liberté d'expression et dans des dossiers constitutionnels. Il enseigne également un cours sur le droit des médias à l'Université Ryerson.

Bienvenue au Sénat. Je pense que vous connaissez la formule. Vous présentez une déclaration liminaire d'environ 10 minutes et nous passons ensuite aux questions et aux commentaires.

**M. Brian MacLeod Rogers, avocat, à titre personnel:** J'attends vos questions avec impatience. Je suis ici pour vous être utile, si je le puis. Mon projet est de vous parler des lois qui touchent les médias, aussi bien les éditeurs que les diffuseurs. À l'École de journalisme de l'Université Ryerson, mon collègue, M. Bert Bruser et moi-même enseignons un cours de 13 semaines que nous avons créé en 1993. Il est intéressant de noter qu'auparavant, on ne donnait chaque année que quelques conférences sur les questions juridiques qui étaient destinées aux étudiants en journalisme.

D'autres facultés de journalisme offrent également des cours de droit des médias et j'enseigne également à des journalistes et à des personnes qui s'intéressent à des aspects particuliers du droit. Au Canada, il n'existe à l'heure actuelle aucune faculté de droit qui offre des cours de droit des médias. Par exemple, il n'existe aucun cours qui traite du libelle diffamatoire, qui est de loin la partie la plus importante pour les médias. En fait, lorsque j'étudiais le droit, c'était il y a quelques années, je fréquentais la faculté de droit de l'Université de Toronto, une excellente faculté, il n'y avait aucun cours qui enseignait les règles du libelle diffamatoire. Pour apprendre ces règles, j'ai dû faire moi-même de la recherche, j'ai publié des articles et des études, choses que j'ai faites en deuxième et en troisième années de droit.

Il y a un aspect dont je veux vous parler, en plus de répondre aux questions sur la nature du droit dans ce domaine, c'est que le Canada ne semble pas accorder la même importance à la liberté



interests as other countries. It is particularly true in relation to our neighbour to the south, where first amendment studies is like an independent industry, and they have institutes and studies and professors of so and so and this and that. There is a great, ongoing debate at the academic level, as well as at the popular level, on what they call "first amendment" or free-speech-related issues. There are organizations that are completely devoted to these issues.

I feel, and I know my colleagues who are judges feel, that there is a need in this country for a more vigorous, academic debate on legal issues affecting the media and free expression. When you face times of crisis, the importance of free expression in a democracy is never more proven, and also most fragile. I have spent a lifetime involved in these issues, right from being a kid involved in a university newspaper to being a reporter while at law school. I was not intending to be a lawyer. I ended up being a lawyer because, all of a sudden, the Charter was brought in and made the life of a lawyer concerned with these issues very interesting.

I am involved at a professional level, as well as at Ryerson. A group of us founded the National Media Law Seminar, an annual event open to lawyers acting for the media. That led to the formation of something called *Ad IDEM*, Advocates in Defence of Expression in the Media, of which I am very proud to be the founding president. I am also proud to be on the board of Canadian Journalists for Free Expression. However, I am not here in those capacities. I am not speaking for those organizations, and what I say today are solely my own opinions.

In the materials that have been presented, you have a copy of the outline of the 13-week course we teach at Ryerson. I think you also have a copy of a paper that I prepared for a U.S. organization and which was published in the States. I thought it was helpful because it dealt with the contrast between U.S. law and Canadian law on matters affecting the media, which is an area that is often not clearly understood.

In this country, by far the greatest regulator of what can appear in our media on a day-to-day basis is the law of libel.

The law of libel is quite an extraordinary tort in law terms because it is one of three torts that is a strict liability. Once a plaintiff establishes that defamatory words have been published about him or her, damage is presumed, falsity is presumed, and malice is presumed. It then is the role of the defence to find some means to defend what was published or broadcast. The analogy at law to defamatory words is if, on your private property, you store noxious or poisonous chemicals, or you have a lion in your backyard that escapes, you are strictly liable for any damage that lion or the chemicals cause.

d'expression que d'autres pays. Cela est particulièrement vrai si l'on fait une comparaison avec notre voisin du sud, un pays où les études sur le premier amendement constituent pratiquement une industrie indépendante, et où on trouve des instituts, des programmes, des professeurs de ceci et de cela. Il y a un débat permanent et très animé entre les universitaires, ainsi qu'au niveau de la population, sur les questions reliées au «premier amendement», comme ils disent dans ce pays, ou sur la liberté de parole. Il existe des organismes qui se consacrent uniquement à ces questions.

Je pense, et je sais que mes collègues les juges le pensent également, qu'il serait bon que les questions juridiques touchant les médias et à la liberté d'expression suscitent un débat plus dynamique chez les universitaires au Canada. Les périodes de crise font ressortir toute l'importance de la liberté d'expression dans une démocratie et montrent aussi combien cette liberté est fragile. J'ai passé toute ma vie à examiner ces questions, tout jeune, je me suis occupé d'un journal universitaire et j'ai également fait du journalisme pendant que j'étudiais le droit. Je n'avais pas l'intention de devenir avocat. Je le suis finalement devenu parce que tout d'un coup, la Charte a été adoptée et a rendu très intéressante la vie d'un avocat qui choisirait de s'occuper de ces questions.

Je suis actif sur le plan professionnel en plus d'enseigner à l'Université Ryerson. Un groupe d'avocats a fondé le National Media Law Seminar, un événement annuel auquel sont invités les avocats qui travaillent pour les médias. Cela a débouché sur la formation d'un organisme appelé *Ad IDEM*, Advocates in Defence of Expression in the Media, et je suis très fier d'en avoir été le président fondateur. Je suis également fier de faire partie du conseil exécutif de Canadian Journalists for Free Expression. Je ne me trouve toutefois pas ici en ces capacités. Je ne parle pas au nom de ces organismes, et ce que je dis aujourd'hui reflète uniquement mes propres opinions.

Les documents qui vous ont été remis contiennent une copie de la description d'un cours de 13 semaines que nous enseignons à Ryerson. Je pense que vous avez également une étude que j'ai préparée pour un organisme américain et qui a été publiée aux États-Unis. J'ai pensé que cela pourrait être utile parce qu'elle traite des différences qui existent entre le droit des États-Unis et le droit canadien dans les domaines qui touchent les médias, un domaine qui n'est pas toujours très bien compris.

Dans notre pays, la réglementation du contenu des médias s'effectue principalement, sur une base quotidienne, par les règles du libelle diffamatoire.

Le libelle diffamatoire est, sur le plan juridique, un délit tout à fait particulier, parce que c'est un des trois délits qui met en jeu une responsabilité objective. Dès que le demandeur a démontré que des termes diffamatoires le concernant ont été publiés, le préjudice est présumé, la fausseté des termes en question est présumée et l'intention de nuire est présumée. C'est ensuite à la défense de montrer qu'il existait une justification pour publier ou diffuser les termes reprochés. Il est possible de comparer le libelle diffamatoire au cas où quelqu'une entreposerait sur sa propriété des substances chimiques toxiques, ou qui aurait un lion dans son

I do not think that many in society appreciate the way the law works in its application. It forces the media to defend what they have published. That is the intent of the law. That is the way it developed.

Those defences are quite restrictive. The key defence is truth. Truth is an absolute defence. The only difficulty with truth is what is it that you have to prove is true, and what is the evidence that is admissible at court, and which is credible and convincing to the judge and jury? Who will appear as your witness on the stand when the trial comes? It certainly has an impact on stories that are written about matters that occur in other lands because it becomes costly and difficult to prove your case. You need witnesses and evidence from those foreign countries. The evidence may require translation. Commissioned evidence abroad may be necessary.

It also has an impact here, because if you are relying on confidential sources, you cannot prove your case without exposing them. That confidentiality, and whatever promise was made, will be lost if the source is put on the stand to prove your case.

Truth is obviously a potent defence and an important one. Every media client I act for strives at all times to publish things that are true. It is not as obvious as one might think that one can prove the truth of what was published because the second part is what is the meaning that you have to prove is true? If you as a broadcaster think that the meaning you have to prove is true is that there is an issue concerning, for example, conflict of interest that is worth raising and considering, do you have to prove that the person was in a conflict of interest? Do you have to prove that, at the end of the day, or is it sufficient to say that there are enough facts to make this an issue that is worth talking about. The threshold then is something less.

That gets us to our second defence, fair comment, which only protects statements of opinion. I do not need to tell this committee that the dividing line between statements of opinion and statements of fact is a murky one at best. It is not something that can be counted on with great certainty. Even there, you have to prove the underlying facts are true, again by admissible evidence, through witnesses, that is convincing and credible in a court of law. That defence and the third defence, the qualified privilege defence, will be lost if the plaintiff can prove malice.

The third defence, qualified privilege, applies to covering these proceedings, for example, covering Parliament, municipal council meetings and judicial proceedings. It has been expanded to encompass a broader range of public interest matters. In other countries of the common law, Australia, New Zealand, England, in cases decided over the last decade, a significant defence has

jardin et le laisserait s'échapper; dans les deux cas, la personne en cause est objectivement responsable des dommages causés par le lion ou par les produits chimiques.

Je ne pense pas qu'il y ait beaucoup de gens qui connaissent la façon dont ces règles s'appliquent. Elles obligent les médias à justifier les textes qu'ils publient. C'est là l'intention de ces règles. C'est la façon dont elles se sont développées.

Ces moyens de défense sont très restreints. La principale défense est la vérité. La vérité est une défense absolue. La seule difficulté avec la vérité est de savoir quel est l'élément dont il faut établir la véracité, quelles sont les preuves admissibles devant le tribunal qui pourraient être dignes de foi et convaincre un juge et un jury? Quels sont les témoins que le défendeur pourra convoquer le moment du procès venu? Ces règles ont un effet sur les nouvelles qui concernent des événements se produisant à l'étranger parce qu'il est très coûteux et très difficile d'apporter des éléments de preuve dans ce genre de situation. Il faut des témoins et des preuves provenant de ces pays étrangers. Il faut parfois faire traduire des documents. Il faut même parfois envoyer une commission rogatoire à l'étranger.

Ces règles ont également un effet au Canada, parce que le journaliste qui se fie à des sources confidentielles ne peut démontrer la véracité de son propos sans divulguer le nom de ses sources d'information. Il ne pourra pas préserver la confidentialité de ces personnes, ni respecter les promesses qui leur ont été faites, si elles sont obligées de témoigner à un procès.

La vérité est bien sûr un moyen de défense efficace et important. Tous les médias que je représente s'efforcent toujours de publier des choses qui sont vraies. Il n'est pas aussi évident qu'on pourrait le penser d'établir la vérité de ce qui a été publié parce que la deuxième partie du critère consiste à préciser l'affirmation dont il faut établir la véracité. Si le diffuseur pense que l'élément dont il faut établir la véracité est l'existence d'un problème concernant, par exemple, un conflit d'intérêts qui mérite d'être soulevé et examiné, faut-il établir que la personne se trouvait dans une situation de conflit d'intérêt? Est-ce la chose qu'il faut établir en fin de compte ou suffit-il d'affirmer qu'il existe suffisamment de faits pour que cette question mérite d'être débattue. Cette dernière possibilité exige une preuve moins stricte.

Cela nous amène au deuxième moyen de défense, le commentaire loyal, qui ne protège que les opinions. Je n'ai pas besoin de dire aux membres du comité qu'il n'est pas facile de faire la différence entre une opinion et un fait. Ce n'est pas une différence très nette. Même dans ce cas, il faut prouver la véracité des faits sous-jacents, là encore par des preuves admissibles, en faisant témoigner des personnes qui sont convaincantes et dignes de foi devant un tribunal. Ce moyen de défense et le troisième moyen, celui de l'immunité relative, ne peuvent être invoqués lorsque le demandeur peut établir qu'il y a eu intention de nuire.

La troisième défense, l'immunité relative, vise les débats qui sont tenus, par exemple, au Parlement, dans les réunions d'un conseil municipal ou devant les tribunaux. Cette défense a été élargie de façon à ce qu'elle englobe une gamme plus large de questions d'intérêt public. Dans d'autres pays de common law, l'Australie, la Nouvelle-Zélande, l'Angleterre, les tribunaux ont



been established with respect to matters of public interest. It not only concerns politicians, but matters of public interest. It creates a privilege where you do not have to prove what you published is true. That applies to statements of opinion and statements of fact. It gives a broader ambit, a broader protection. That is the defence, which is discussed in my paper, that the United States created in 1964 and applied to defamatory matters concerning public officials.

A few years earlier, Canada had taken a different direction, which denied a qualified privilege and removed a qualified privilege in circumstances where there is publication in the media.

In the States they went the opposite way. Australia, New Zealand and England are all developing a qualified privilege defence on their own terms that I hope our courts in Canada will adapt and apply to Canadian circumstances.

I do not think the famous *Hill v. Scientology* case, which rejected the *New York Times v. Sullivan* defences, has closed the door completely on the development of the qualified privilege defence.

I complete this by commenting on the importance of the concept of malice. Malice is a very loosey-goosey legal concept. If you can be shown to have acted recklessly, or for some improper purpose — not only spite, or the usual notion we have of malice, but something that shows you were not using the occasion for the purpose for which it was intended and if you do not have an honest belief in what you have decided to publish — then those two defences, of fair comment and qualified privilege, are lost and you are left with only truth. Through the Trojan horse of malice, plaintiffs get to explore every corner of the newsroom and the reporter's work effort and state of mind as to what was happening when the article was being written and published.

It is used in all kinds of circumstances to expand the scope of discovery and the exploration of what has been done by the media.

I have used libel as one area. In the course outline, there is law relating to privacy, to contempt, publication bans, coverage of court proceedings, difficulties in access to bodies of information — a host of problems that arise when getting the information for a story. Post-publication, there may be subpoenas of reporters, search warrants and assistance orders on newsrooms.

In 13 weeks, we try to cover a lot of ground. My purpose here is to make you aware that there are myriad laws applicable to the media already that very much affect what you and I can see and read.

depuis une dizaine d'années crée un moyen de défense important qui concerne l'intérêt public. Ce moyen ne vise pas uniquement les hommes politiques, mais les sujets d'intérêt public. Ce moyen de défense accorde une immunité au défendeur qui n'est pas tenu d'établir la véracité des éléments publiés. Elle s'applique aussi bien aux opinions qu'aux faits. Cette défense a une portée plus large et accorde une protection plus efficace. C'est la défense que j'ai examinée dans mon document, qui a été créée aux États-Unis en 1964, et qui s'applique aux mots diffamatoires concernant des représentants de l'État.

Quelques années auparavant, le Canada avait choisi une autre direction, qui refusait d'accorder l'immunité relative, et qui supprimait cette défense dans les cas où il y avait eu publication dans les médias.

Les États-Unis ont choisi la solution contraire. L'Australie, la Nouvelle-Zélande et l'Angleterre sont des pays qui ont tous élaboré une défense basée sur l'immunité relative et j'espère que nos tribunaux l'adapteront à la situation canadienne.

Je ne pense pas que l'arrêt bien connu *Hill c. Église de scientologie*, qui écartait les moyens de défense formulés dans l'arrêt *New York Times v. Sullivan*, ait complètement fermé la porte à l'émergence d'une défense fondée sur l'immunité relative.

Je vais conclure cet exposé en parlant de l'importance de la notion d'intention de nuire. L'intention de nuire est une notion juridique très vague. S'il est possible d'établir que le défendeur a agi de façon imprudente, ou dans un but inapproprié, pas seulement par rancune, ou dans l'intention de nuire, telle que comprise habituellement, mais dans un but détourné, et si ce dernier ne croyait pas honnêtement à la véracité de ce qu'il a décidé de publier, alors ces deux moyens de défense, le commentaire loyal et l'immunité relative, ne peuvent être invoqués et il ne reste plus que la vérité. En se servant de l'intention de nuire comme un cheval de Troie, les demandeurs réussissent à savoir ce qui se passe dans le moindre recoin de la salle des nouvelles, à savoir quel était l'état d'esprit et la façon de travailler du journaliste en cause et ce qui s'est passé au moment où l'article a été écrit et publié.

Cette notion est utilisée dans de nombreux genres de situations pour élargir la portée de la communication préalable et explorer de façon plus détaillée ce qu'a fait le média.

J'ai utilisé le libelle diffamatoire dans un autre domaine. Dans la description de cours, on parle des règles relatives au respect de la vie privée, à l'outrage au tribunal, à l'interdiction de publication, de la couverture des instances judiciaires, de la difficulté d'avoir accès à certaines informations, de toute une série de problèmes qui se posent lorsqu'on cherche à obtenir de l'information pour rédiger un article. Après la publication de celui-ci, il y a les assignations à produire destinées aux journalistes, les mandats de perquisition et les ordonnances d'assistance visant les responsables de la salle des nouvelles.

En 13 semaines, nous essayons de voir beaucoup de choses. Je voulais souligner qu'il existe des dizaines de règles qui s'appliquent déjà aux médias et qui influencent grandement ce que vous et moi pouvons lire et voir.

I look forward to your questions.

**Senator Graham:** Welcome, Mr. Rogers. What you have said and what I have read makes for an interesting hour. I think we could keep Mr. Rogers here all morning. We would enjoy the time and obtain plenty of information under the general terms of reference under which we are operating.

In one of your documents you talked about libel laws south of the border and north of the border regarding criminal court proceedings, and suggested that north of the border, the winds affecting free speech blow much colder. Could you expand on that?

**Mr. Rogers:** In the United States, the law of contempt does not exist in the way it does here. Here, you cannot publish something that poses a significant risk of prejudicing the right to a fair trial. In addition, there are various publication bans on bail hearings, preliminary inquiries, voir dire during a criminal case before a jury and so on that are all designed to protect the fair trial rights of the accused and to ensure that people who are convicted — if they are — are judged solely on what is before the court.

South of the border, they have an entirely different approach. I am not saying it is right. In many ways, what we have has evolved over time and is a very acceptable way to go. However, it is very different; and Americans cannot understand how we get a prior restraint on something that happens in open court, and why we will not publish something simply because there is a speculative possibility that it will affect some trial somewhere down the road. They would publish those things in an instant.

**Senator Graham:** You co-authored *How to Get the Story Without Getting Sued or Put in Jail*. How do you teach your journalism students —

**Mr. Rogers:** There is a copy here.

**Senator Graham:** Good. Is it for sale in the local bookstore?

**Mr. Rogers:** Not anymore, unfortunately. It was written in 1985, and Mr. Bruser and I, who wrote it and teach at Ryerson, continually ruminate about the need to update it and issue a new edition. It is not current law in some of the areas covered. It was published by the Canadian Bar Foundation, and we decided it should not continue to be available.

**Senator Graham:** Presumably, you are up to date in what you teach your students.

**Mr. Rogers:** Absolutely.

**Senator Graham:** How do you teach your students how to get the story without being sued or put in jail?

Je suis prêt à répondre à vos questions.

**Le sénateur Graham:** Merci, monsieur Rogers. J'ai passé une heure très intéressante en écoutant ce que vous avez dit et en lisant ce que j'ai lu. Je crois que nous pourrions garder M. Rogers avec nous pendant toute la matinée. Nous pourrions passer un agréable moment et obtenir beaucoup de renseignements sur le mandat qui nous a été confié.

Vous parlez, dans un de vos documents, des règles en matière de libelle diffamatoire qui existent au sud de la frontière et au nord de la frontière, dans le cadre du droit pénal, et vous affirmez qu'au nord de la frontière, le vent qui souffle sur la liberté de parole est beaucoup plus froid. Pourriez-vous nous en dire davantage?

**M. Rogers:** Aux États-Unis, il n'y a pas la notion d'outrage au tribunal comme celle que nous avons ici. Au Canada, il est interdit de publier un article qui risque de compromettre le droit à un procès équitable. En outre, il existe toute une série d'interdictions de publication qui touchent les enquêtes sur cautionnement, les enquêtes préliminaires, les voir-dire dans les affaires pénales devant un jury, et qui ont toutes pour but de protéger le droit de l'accusé de subir un procès équitable et de veiller à ce que les personnes qui sont déclarées coupables, si c'est la conclusion finale, sont uniquement jugées sur les preuves qui ont été soumises au tribunal.

Au sud de la frontière, les règles sont complètement différentes. Je ne dis pas qu'elles sont bonnes. Sous bien des rapports, les règles que nous avons élaborées progressivement ici sont tout à fait acceptables. Cependant, elles sont très différentes et les Américains ne peuvent comprendre pourquoi il est interdit ici de publier quelque chose qui touche une audience qui n'a pas encore été tenue, et pourquoi nous ne pouvons publier un élément pour la seule raison qu'il existe une possibilité que cette publication influence un procès à un moment donné. Aux États-Unis, ce genre de choses serait publié immédiatement.

**Le sénateur Graham:** Vous êtes l'un des auteurs de *How to Get the Story Without Getting Sued or Put in Jail* (Comment publier un article sans être poursuivi ou jeté en prison). Comment enseignez-vous à vos étudiants en journalisme...

**M. Rogers:** En voici un exemplaire.

**Le sénateur Graham:** Bien. Est-ce qu'on peut se le procurer en librairie?

**M. Rogers:** Plus maintenant, je le regrette. Ce livre a été rédigé en 1985, et M. Bruser et moi, qui en sommes les auteurs et enseignons à Ryerson, parlons constamment de la nécessité de le mettre à jour et de préparer une nouvelle édition. Le droit relatif à certains aspects n'est pas à jour. Il a été publié par la Fondation du Barreau canadien et nous avons décidé d'en cesser la publication.

**Le sénateur Graham:** Vous expliquez tout de même à vos étudiants les règles telles qu'elles sont actuellement.

**M. Rogers:** Absolument.

**Le sénateur Graham:** Comment enseignez-vous à vos étudiants la façon de publier un article sans être poursuivi ou jeté en prison?



**Mr. Rogers:** I think the course outline is in the materials that I provided. We focus a lot on libel law. It is important to remember, although it has not been used against the media for several decades, that there is a criminal law of libel. The Criminal Code has sections that deal with defamation, but you are unlikely to get thrown in jail for libel. That is when you get sued.

You get thrown in jail because you break a court order or are otherwise in contempt of the court — if you refuse, for example, to disclose a confidential source that a court deems necessary for the proceedings before it. We talk a lot with the journalism students today about that particular difficulty — that is, making commitments of confidentiality to sources — because the law in the area is so unclear at present.

The Supreme Court of Canada had a case in which they might have ruled on it and decided against it. We have yet to have a real precedent established in that area as to where the line will be drawn. There is a lot that journalists can do to protect themselves in those situations if they think about it. Therefore, we spend a lot of time on that issue. At the end of the day, I hope we succeed in alerting them to areas of risk so they can get cogent legal advice on the issue when it hits them in the face.

**Senator Graham:** Do the libel laws in Canada today cause journalists and the media to avoid certain stories?

**Mr. Rogers:** Yes.

**Senator Graham:** Can you give us an example?

**Mr. Rogers:** When you have a limited set of resources in the newsroom and a story that is very difficult to tackle — and that at the end of the day over which you may well be or are likely to be sued, even if unjustifiably — you will make choices that favour the stories that present fewer problems in that respect. I think that it is a very subtle process.

If I asked any of my clients in any newsroom in Canada if there was a story they were not pursuing because of the libel laws, they would stoutly deny it. I know, on the other hand, it cannot help but affect where they will spend their resources. I cannot give you a specific example without running into problems.

**The Chairman:** Would it be reasonable to suppose that the threat of libel does not necessarily deter them in the pursuit of a story, but it will greatly affect the way in which they tell that story — how much of it they choose to tell?

**Mr. Rogers:** That is self-evidently true. I am involved on an almost daily basis in reviewing stories for publication. One thing that the media have come to appreciate is that the cost of having a lawyer review a story that may be problematic is dramatically less

**M. Rogers:** Je pense que la description de ce cours figure dans les documents que je vous ai remis. Nous consacrons une grande partie du cours au libelle diffamatoire. Il est important de rappeler qu'il existe également un libelle diffamatoire en droit pénal, même si ces dispositions n'ont pas été utilisées contre les médias depuis des dizaines d'années. Le Code criminel contient des articles qui traitent du libelle diffamatoire mais il est très très rare que quelqu'un soit emprisonné pour libelle diffamatoire. Je veux dire, si cette personne a été poursuivie.

Quelqu'un peut être jeté en prison, s'il n'a pas respecté une ordonnance judiciaire ou s'il a commis un outrage au tribunal, s'il refuse, par exemple, de révéler une source confidentielle que le tribunal estime nécessaire pour la poursuite dont il est saisi. Nous parlons beaucoup aux étudiants en journalisme de cette difficulté particulière, c'est-à-dire, la préservation de la confidentialité des sources d'information, parce que les règles applicables dans ce domaine à l'heure actuelle sont vagues.

La Cour suprême du Canada a entendu une affaire dans laquelle elle aurait pu se prononcer sur cette question et elle a décidé de ne pas le faire. Il n'existe pas encore de précédent faisant autorité qui permette de savoir où doit être fixée la limite dans ce domaine. Les journalistes peuvent faire plusieurs choses pour se protéger dans ce genre de situations, s'ils y réfléchissent. C'est pourquoi nous consacrons beaucoup de temps à cette question. En fin de compte, j'espère que nous réussissons à les sensibiliser aux domaines délicats, de sorte qu'ils puissent obtenir des conseils juridiques compétents sur ces questions, lorsqu'ils sont confrontés à un problème.

**Le sénateur Graham:** Est-ce que le libelle diffamatoire incite aujourd'hui les journalistes et les médias à éviter de publier certains articles?

**M. Rogers:** Oui.

**Le sénateur Graham:** Pouvez-vous nous en donner un exemple?

**M. Rogers:** Lorsque la salle des nouvelles a des ressources limitées et qu'il s'agit d'un article difficile à aborder, et que, finalement, le risque est grand d'être poursuivi à ce sujet, même si cela n'est pas justifié, on fait souvent des choix qui favorisent les articles qui soulèvent moins de difficultés sur ce point. Je pense que c'est un processus très subtil.

Si je demandais à un de mes clients d'une salle des nouvelles s'il y avait un article qu'il n'avait pas publié à cause du risque d'être poursuivi en libelle diffamatoire, il le nierait farouchement. Je sais, d'un autre côté, que cela influence tous mes clients sur la façon dont ils dépensent leurs ressources. Je ne suis pas en mesure de vous fournir un exemple précis sans risquer de me trouver dans une situation délicate.

**La présidente:** Est-il logique de penser que la menace d'une poursuite pour libelle diffamatoire n'empêche pas toujours la publication d'un article mais va grandement influencer la façon dont cet article est rédigé, et en particulier, la teneur de l'article?

**M. Rogers:** Cela est bien évident. On me demande presque tous les jours d'examiner des articles avant qu'ils soient publiés. Les médias ont compris qu'il est beaucoup plus rationnel de demander à un avocat d'examiner un article qui risque de soulever certains

than the cost of litigation after the fact. In that process, my role as a lawyer is to get the story, or as much of that story as possible, into the paper. There will always be some aspect that, when we probe and ask questions — what do we have to prove this, will it stand up in court if we have to prove it — at that point at least, has to be left out of the story. Sometimes, it will only be pursued in a subsequent story, and maybe then will be publishable. However, sometimes there are certain stories that never make it, except maybe in *Frank* magazine.

**Senator Graham:** The Chair's supplementary prompted Mr. Rogers to say that, almost on a continuing basis, he is reviewing stories for publications, presumably to ensure that there is no libel attached. Would you care to share with us for which publications you do that?

**Mr. Rogers:** I act for quite a variety of publications, some owned by the Torstar group, some by Osprey, some by CanWest and some by what used to be Thomson and is now Bell Globemedia. I used to act for Hollinger — some of its publications when it existed — as well as other book publishers.

**Senator Graham:** Given the nature of the stories that appear in the newspapers today, I do not know when you get the time to teach. You have been pretty busy reviewing the stories that will be published.

**Senator Day:** I was reading the outline for your course, and following on with the metaphor that you used — cold winds from the north — in the presentation that you made in the U.S. a while back, I notice that one of your titles is “libel chill.” Are you carrying on with this metaphor, and can you describe what “libel chill” is?

**Mr. Rogers:** Libel chill is what Senator Fraser just spoke of, that is, are there stories that are not pursued or things that are not published that might otherwise be published but for the law of libel?

Obviously, the law of libel serves a real purpose. It prevents or punishes publication of defamatory matter that is wrong, that should not have been published. There is no doubt that the media and any publication can significantly harm the reputation of an individual. That is something that is always weighing on you when are you looking at a story. The fact is that you tend to err on the side of caution most of the time because of the way the law works. As I said, it is a strict liability tort. It puts the entire onus on you.

In the United States, the plaintiff has to prove falsity. Even a private individual suing the media has, at a minimum, to prove negligence; in other words, that there was some fault involved.

In Canada, that is presumed. The defence has to establish one of those defences I outlined. When you are looking at stories that might be published, you know the onus is on you. You may not

problèmes que de subir une poursuite après coup. Lorsqu'on me demande ce genre de chose, mon rôle d'avocat est de faire publier l'article, ou du moins la plus grande partie possible. Il y a toujours certains aspects qu'il faut supprimer, parce que nous posons différentes questions, comment pourrions-nous prouver cela, est-ce que le tribunal pourra être convaincu de la véracité de cet aspect si nous sommes obligés d'établir cette véracité. Il arrive que l'élément douteux soit publié dans un article postérieur, et que cela soit alors publishable. Il y a des articles qui ne sont jamais publiés, sauf peut-être dans le magazine *Frank*.

**Le sénateur Graham:** La question supplémentaire qu'a posée la présidente a amené M. Rogers à dire qu'il examinait, presque continuellement, des articles avant leur publication, présumément pour être sûr qu'ils ne peuvent donner lieu à des poursuites pour libelle diffamatoire. Pourriez-vous nous dire quelles sont les publications pour lesquelles vous faites ce genre de travail?

**M. Rogers:** Je m'occupe de diverses publications, dont certaines appartiennent au Torstar, certaines à Osprey, certaines à CanWest et d'autres par ce qui était avant Thomson et qui est maintenant devenu Bell Globemedia. Je m'occupais également de Hollinger, de certaines de ses publications lorsque ce groupe existait, ainsi que d'autres éditeurs de livres.

**Le sénateur Graham:** Si je pense au genre d'articles qui paraissent de nos jours dans les journaux, je ne sais pas quand vous trouvez le temps d'enseigner. Vous avez dû être assez occupé à relire ces articles avant leur publication.

**Le sénateur Day:** Je lisais la description de votre cours et pour poursuivre la métaphore que vous avez utilisée, le vent froid qui souffle au nord, dans la conférence que vous avez faite aux États-Unis il y a quelque temps, je remarque que le titre d'une de vos sections est «la crainte du libelle». Est-ce que vous poursuivez cette métaphore et pouvez-vous nous dire ce qu'est cette «crainte du libelle»?

**M. Rogers:** La crainte du libelle est ce dont le sénateur Fraser vient de parler, à savoir le fait qu'il y a des articles qui ne sont pas rédigés ou qui ne sont pas publiés alors qu'ils auraient pu l'être, à cause de la crainte d'une poursuite en libelle diffamatoire?

Bien évidemment, le libelle diffamatoire a son utilité. Cette notion interdit ou réprime le fait de publier une matière diffamatoire qui constitue un délit et qui n'aurait pas dû être publiée. Il est vrai que la publication d'un article dans un média peut porter gravement atteinte à la réputation de la personne diffamée. C'est un aspect dont on tient toujours compte lorsqu'on examine un article. En réalité, il faut privilégier la plupart du temps la prudence à cause de la façon dont les règles s'appliquent dans ce domaine. Comme je l'ai dit, c'est un délit de responsabilité stricte. Il impose un lourd fardeau au défendeur.

Aux États-Unis, le demandeur doit prouver la fausseté de la matière diffamatoire. Même un particulier qui poursuit le média doit, à tout le moins, établir qu'il y a eu négligence; autrement dit, il faut qu'une faute ait été commise.

Au Canada, cela est présumé. Le défendeur doit établir un des moyens de défense que j'ai décrit. Lorsque l'on examine les articles susceptibles d'être publiés, on sait que le fardeau de la



choose to push the story or to publish certain aspects of information that you believe are true but that you fear would be difficult to prove.

**Senator Day:** The other area on which I would like to hear your comments is the impression I received from your presentation here that, with the U.S. situation and the Canadian situation being different — and we talked about the U.K. and Europe and the various legal systems — there is so much internationalism with respect to the media these days. How do we handle this and how do the media handle this? I am thinking of two or three instances that have helped me formulate the question.

One is the U.S. electronic and print media picking up stories with respect to court proceedings here and ignoring publication bans. Another one I am thinking of is, when I am standing in a line to get my groceries at the store, I see articles in some magazines that everyone knows are not true. You know the stories about media and television personalities and rock and roll stars doing strange things are not true. How do they get away with that? How do the companies that publish this in one country get away with it in the U.S., where, I think are you telling me, the freedom of the press is stronger than individual rights in certain instances? How does this all work out from a media point of view?

**Mr. Rogers:** There are a number of aspects to your question. I was the first Canadian lawyer to join what is now called the media law resource centre in the United States. It has members almost all over the world, certainly in major areas such as Europe, Britain, Canada and so on. I am participating in a seminar that will be taking place in London, England. I will be on a panel on libel law. They have a German, an American, a Canadian and two British participants. We recognize as lawyers, as do our clients, the increasingly international aspect of publishing, and of libel law in particular.

There is a recent case from Australia in connection with a Web site, or an electronic and print version, of a Dow Jones article published out of New York.

This is the current reality. We are hooked up through the Internet internationally and publications flow internationally.

I have been involved in several publishing projects in which I have worked with lawyers in the United States, England and Australia on books that have been published, to prepare them for libel purposes. Each of us has brought something different to bear in terms of who we are worried about and the kinds of proof or backup information we need in order to be satisfied that the material can be published in our countries.

That is going on and it is fascinating. How we control the use of the Internet in particular, and other publications, for example, in the United States, is a difficult issue. We struggled through it in the Bernardo case, which generated considerable interest south of the border, as is the current case against Mr. Picton in B.C. It is a real struggle because we do not have an impermeable border. It is

preuve incombe au défendeur. Il est toujours possible de décider de ne pas publier l'article, ou de ne pas publier certains aspects qui sont vrais mais difficiles à prouver.

**Le sénateur Day:** J'aimerais avoir vos commentaires sur un autre point; j'ai eu l'impression, en écoutant votre exposé, qu'avec la différence qui existe entre la situation américaine et la situation canadienne, et nous avons parlé du Royaume-Uni, de l'Europe, et d'autres systèmes juridiques, les médias sont tout de même grandement internationalisés. Que faisons-nous à ce sujet et comment réagissent les médias à cette évolution? Je pense à deux ou trois cas concrets qui m'ont aidé à formuler la question.

Le premier est le fait que les médias électroniques et imprimés américains publient des articles concernant des affaires judiciaires canadiennes en ne tenant aucun compte des ordonnances d'interdiction. L'autre cas auquel je pense est celui des articles que je vois lorsque j'attends de passer à la caisse au supermarché et qui ne contiennent que des choses fausses, tout le monde le sait. Vous savez ces articles à propos des personnalités des médias et de la télévision et les stars de rock and roll qui font des choses étranges mais fausses. Comment arrivent-ils à ne pas se faire prendre? Comment est-ce que les entreprises qui publient ce genre de choses dans un pays s'en sortent aux États-Unis, un pays où, d'après ce que vous me dites, la liberté de la presse l'emporte bien souvent sur les droits des citoyens? Comment tout cela s'explique-t-il du point de vue des médias?

**M. Rogers:** Votre question comporte plusieurs aspects. J'ai été le premier Canadien à faire partie de ce qu'on appelle maintenant le centre de ressources du droit des médias aux États-Unis. Ce centre a des membres dans pratiquement tous les pays, et principalement en Europe, en Grande-Bretagne, au Canada, par exemple. Je vais participer à un séminaire qui sera tenu à Londres, en Angleterre. Je ferai partie d'un panel sur le libelle diffamatoire. Il y a un Allemand, un Américain, un Canadien et deux Anglais qui y participent. Les avocats, tout comme nos clients, reconnaissent que l'édition comporte de plus en plus un aspect international, et il en va de même, en particulier, avec la notion de libelle diffamatoire.

Il y a eu récemment une affaire australienne qui concernait un site Web, ou une version électronique et imprimée, d'un article de Dow Jones publié à New York.

C'est la réalité actuelle. Tous les pays sont reliés par l'Internet et les publications passent d'un pays à un autre.

J'ai participé à plusieurs projets d'édition qui m'ont amené à travailler avec des confrères américains, anglais et australiens sur des livres qui ont été publiés, en vue d'éviter toute poursuite. Chacun d'entre nous s'attachait à un aspect différent, pour ce qui est du genre de preuve ou de renseignements dont nous avions besoin pour garantir que l'ouvrage pouvait être publié dans nos pays respectifs.

C'est la situation actuelle et elle est fascinante. La question du contrôle que l'on fait de l'utilisation de l'Internet en particulier, et des autres publications, par exemple, aux États-Unis, est complexe. Nous avons connu certaines difficultés avec l'affaire *Bernardo*, qui a suscité beaucoup d'intérêt au sud de la frontière, tout comme l'affaire actuelle concernant M. Picton en Colombie-

becoming less and less so every day. I suspect we will have to put up with some material that will breach our laws. However, the publication ban, for example, on the preliminary hearing in the Picton case in B.C., is designed to protect the ultimate fair trial of the accused in front of a jury. How many jurors, potential jurors, will actually be affected by what may be available through a Web site south of the border? Are those the kind of jurors that would obey their oath, which is to have regard to nothing but the evidence before them at the trial?

I think that it is unlikely at this stage that the impact of that media on potential jurors in Canada will be significant. The method of choosing jurors can weed out those that will be problematic.

I go to conferences every couple of years in the United States. I was there on a panel after the Carol Burnett case, in which the *National Inquirer* lost for an allegation that Carol Burnett was stumbling drunk in a Washington restaurant, which was utterly untrue. The lawyer for the *National Inquirer* said they realized that they would be treated as news media and forced to obey the same laws as the usual news media, and therefore they should behave more like them. According to him, everything they publish now is definitely cleared and meets their laws of libel.

Their laws of libel are different from those in Canada. There is greater latitude given, in particular for material published about public figures and politicians and the like. There is a wider ambit for them to publish things that would not be published here. I do not know if it applies to all those publications at the checkout.

**Senator Day:** Maybe I have not seen them all yet.

**Mr. Rogers:** There are certainly some that, on the face of it, you cannot take seriously. The article, therefore, would not be regarded as defamatory, because it is only if there is an injury caused to someone's reputation that the law of defamation applies. Some of them are so ludicrous it is hard to take them seriously.

**Senator Day:** Is that a defence?

**Mr. Rogers:** It is a defence.

**Senator Day:** That no one in his right mind would believe it?

**Mr. Rogers:** That is a defence, or that it was done in jest or humour and would not be taken seriously on that basis. Those are both good defences.

**Senator Day:** Part of your answer concerned the Internet. Let me ask my last question in relation to the issue of where something is published when we look at the Internet. Has the law caught up with this?

Britannique. Il se pose des problèmes très concrets parce que notre frontière est perméable. Elle l'est de plus en plus. Je pense que nous allons devoir accepter des documents qui ne respectent pas nos lois. Cependant, l'interdiction de publication dont fait l'objet l'enquête préliminaire dans l'affaire *Picton* en Colombie-Britannique vise à garantir à l'accusé un procès équitable devant un jury. Combien de jurés, de jurés potentiels, risquent d'être influencés par ce qu'ils peuvent lire sur un site Web situé au sud de la frontière? Est-ce que ces jurés vont respecter leur serment qui les oblige à tenir compte des seules preuves qui ont été présentées au procès?

Il me paraît peu probable que les médias aient un effet important sur les jurés potentiels au Canada. La méthode utilisée pour choisir les jurés permet d'écarter ceux qui risquent de ne pas respecter certaines règles.

J'assiste à des conférences à peu près tous les deux ans aux États-Unis. Je faisais partie d'un panel après l'affaire *Carol Burnett*, que le *National Inquirer* avait perdu parce qu'il avait affirmé que Carol Burnett était complètement ivre dans un restaurant de Washington, affirmation qui était tout à fait fausse. L'avocat du *National Inquirer* a déclaré qu'il savait fort bien que son journal serait traité comme un média et obligé de respecter les règles qui sont appliquées aux autres médias et que son journal devrait par conséquent se conduire davantage comme ces médias. D'après lui, tout ce qui est publié dans son journal est préalablement vérifié et est conforme à leurs règles en matière de libelle diffamatoire.

Leurs règles sont différentes de celles qui existent au Canada. Les médias ont une plus grande latitude, en particulier pour le matériel qui concerne des figures publiques, des hommes politiques et des personnes de ce genre. Ils peuvent publier des choses qui ne seraient pas publiables ici. Je ne sais pas si cela vaut également pour toutes les publications que l'on retrouve près des caisses.

**Le sénateur Day:** Je ne les ai peut-être pas encore toutes vues.

**M. Rogers:** On peut lire certaines affirmations qui ne peuvent être prises au sérieux. Ce qui veut dire que l'article ne serait pas considéré comme étant diffamatoire, parce qu'il faut qu'un préjudice ait été causé à la réputation d'une personne, pour qu'il y ait libelle diffamatoire. Il y a des affirmations qui sont tellement stupides qu'il est difficile de les prendre au sérieux.

**Le sénateur Day:** Est-ce un moyen de défense?

**M. Rogers:** Oui.

**Le sénateur Day:** Toute personne saine d'esprit ne croirait pas cette affirmation.

**M. Rogers:** C'est une défense ou alors on peut soutenir que c'est une blague et qu'il ne faut pas prendre l'affirmation au sérieux pour cette raison. Ces deux attitudes constituent de bons moyens de défense.

**Le sénateur Day:** Votre réponse portait en partie sur l'Internet. Permettez-moi de vous poser ma dernière question qui concerne la publication d'un document sur l'Internet. Est-ce que le droit a réussi à régler cet aspect?



**Mr. Rogers:** This is playing out now. Simply put, the traditional English common law holds that something is published wherever you can have access to it. While Dow Jones is in New York and is publishing its information in New York, someone sitting in Australia can read it. That is publication in Australia for purposes of English common law.

The United States has developed an approach that is a little complex but, essentially, the jurisdiction of publication is more normally the jurisdiction that legally has to deal with a tort claim. That may be a little difficult. There are a number of factors to examine. There have been a number of cases of people in Virginia, for example, who cannot sue there but have to sue in Connecticut or New York, where the publication originated, because the intention of the people publishing that material was not to publish in Virginia but rather to make it available to its readership and to people interested in those issues in Connecticut or New York.

They also have something called a "single publication rule" that has an impact. That is, the very first publication of an article triggers the limitation periods for both Internet and print publication. The Court of Appeal of Ontario has adopted an approach that says electronic publication can be part and parcel of print publication. The same rules of libel notice and limitation periods apply with respect to that electronic publication as to the print publication. The U.S. has gone a step further. That is, if it is first published electronically on May 5, the print edition comes out May 6 and the electronic version continues to be available, that May 5 date is the triggering point for the limitation periods that apply.

Limitation periods are designed to get a plaintiff to take steps immediately, or as soon as possible, to deal with the defamatory matter. The reality of defamation is injury to reputation. One of the key issues in any lawsuit is the steps the plaintiff has taken to mitigate or protect himself from that damage. Obviously, if you sit around and twiddle your thumbs while the thing is out there circulating, you are not taking the steps you should to protect your reputation.

The U.S. system is very much based on that kind of approach. It is not the approach we take yet.

**Senator Spivak:** What is the difference between Canada and the United States on qualified privilege? As I understand it, in Canada the qualified privilege only applies within the boundaries of Parliament. If you are speaking on radio, for example, it does not apply.

**Mr. Rogers:** There are two different issues here. You have an absolute privilege as a parliamentarian speaking within the Senate or the House of Commons or here.

**Senator Spivak:** I see what are you saying.

**M. Rogers:** C'est ce qui se discute à l'heure actuelle. Pour résumer, selon la common law anglaise traditionnelle, un document est publié dans le pays où il peut être consulté. Dow Jones se trouve à New York et publie ses informations à New York mais quelqu'un qui se trouve en Australie peut lire ces informations. Il y a publication en Australie aux fins de la common law anglaise.

Les États-Unis ont élaboré une méthode qui est un peu complexe mais, pour l'essentiel, le lieu de la publication est habituellement le lieu où il est possible d'intenter une poursuite en responsabilité civile. Cela est parfois un peu complexe. Il faut tenir compte d'un certain nombre de facteurs. Il y a eu un certain nombre de personnes qui ne pouvaient intenter de poursuite en Virginie, par exemple, mais qui pouvaient le faire dans le Connecticut ou dans l'État de New York, le lieu d'origine de la publication, parce que l'intention des diffuseurs de ce matériel n'était pas de le publier en Virginie mais de le faire lire aux personnes qui s'intéressent à ces questions au Connecticut ou dans l'État de New York.

Ils ont également adopté ce qu'on appelle parfois la «règle de la publication unique» qui a un effet sur tout ceci. C'est à partir de la toute première publication d'un article que court le délai de prescription tant pour l'affichage sur l'Internet que pour la publication sur support papier. La Cour d'appel de l'Ontario a décidé que la publication électronique peut être assimilée à la publication papier. Les règles en matière d'avis concernant le libelle diffamatoire et de prescription s'appliquent aussi bien à la publication électronique qu'à la publication papier. Les États-Unis ont été un peu plus loin. Par exemple, si le matériel est publié électroniquement pour la première fois le 5 mai et que l'édition papier paraît le 6 mai, et que la version électronique continue d'être offerte, le 5 mai est alors la date de départ de la prescription.

La prescription a pour but d'inciter les demandeurs à agir immédiatement, ou le plus tôt possible, à l'égard de la matière diffamatoire. Il y a diffamation lorsqu'il y a atteinte à la réputation. Un des aspects essentiels de toute poursuite concerne les mesures que le demandeur a prises pour réduire le préjudice subi ou pour essayer de l'éviter. Bien évidemment, si le défendeur ne fait rien pendant que le document est diffusé, il n'a pas pris les mesures qu'il devrait pour protéger sa réputation.

Le système américain est fondé en grande partie sur cette approche. Ce n'est pas celle que nous avons encore choisie.

**Le sénateur Spivak:** Quelle est la différence entre le Canada et les États-Unis pour ce qui est de l'immunité relative? Si j'ai bien compris, au Canada, l'immunité relative s'applique uniquement à l'intérieur du Parlement. À la radio, par exemple, il n'y a pas d'immunité relative.

**M. Rogers:** Ce sont deux questions différentes. Le parlementaire qui parle au Sénat ou à la Chambre des communes ou ici bénéficie d'une immunité absolue.

**Le sénateur Spivak:** Je vois.

**Mr. Rogers:** You have an absolute privilege to make outrageous, defamatory statements and not be sued. The media have a qualified privilege to report on what takes place, for example, at this committee. The qualification is the malice issue that I spoke of earlier. There are two kinds of qualified privilege. One is generally called the "fair report privilege." That is what I speak of when I apply it to coverage of Parliament, municipal councils, provincial legislatures, court proceedings and a whole host of administrative tribunals, royal commissions of inquiry and the like. All those are governed by report privilege, which means that the job of the media is to fairly and accurately report what goes on. You do not have to have an honest belief in its truth. In fact, when you are covering a murder trial, you may think that a witness is lying through his teeth, but you write down what that witness says as part of a fair and accurate report. The media reporting on it are like the eyes and ears of the public; whereas the broader common law qualified privilege is designed to encourage people to express their honest beliefs without fear of being sued for libel. It is a much broader defence.

The United States has adopted that defence with respect to public figures. In the United States, you can write a story about a public figure as long as it is a matter relating somehow to the public aspect of that person. You can publish that as long as you have taken certain steps to verify it.

You do not have to know it is true. The whole Watergate publication, with its use of confidential sources, Deep Throat and so on, would not have been possible in Canada. It was possible in the United States because, within the decade before, they had developed *The New York Times v. Sullivan* qualified privilege defence for political or public figures. That changed the ground rules. In Canada, in the same situation, we would have to prove what we published was true, and we could not. We could not rely on confidential sources at trial because they would not be able to be witnesses if we were to protect their confidentiality.

**Senator Graham:** You raised Watergate. I do not believe that could have been published in the U.K. either.

**Mr. Rogers:** No.

**Senator Graham:** Could the Canadian press carry a CP byline, or an AP byline, that the story did not originate with a reporter from the *National Post*, *Globe and Mail*, *Toronto Star* or wherever? Could they carry a syndicated news article from AP or CP on Watergate?

**M. Rogers:** Vous pouvez faire des déclarations diffamatoires ou choquantes et vous ne serez pas poursuivie, parce que vous bénéficiez d'une immunité absolue. Les médias bénéficient d'une immunité relative qui leur permette de rapporter ce qui se dit, par exemple, devant votre comité. Cette immunité est relative parce qu'il y a la question de l'intention de nuire que j'ai mentionnée il y a un instant. Il y a deux sortes d'immunité relative. On appelle généralement la première «l'immunité de commentaire loyal». C'est de cela que je parlais lorsque je mentionnais les débats au Parlement, devant les conseils municipaux, les assemblées législatives provinciales, les tribunaux, et devant les divers tribunaux administratifs, les commissions d'enquête royale, par exemple. Tous ces débats sont visés par la notion de commentaire loyal, ce qui veut dire que les médias sont tenus de rapporter avec exactitude et équité ce qui s'est passé. Il n'est pas nécessaire d'être sincèrement convaincu de la véracité de l'affirmation. En fait, si vous couvrez un procès pour meurtre, vous pouvez fort bien penser qu'un témoin est en train de mentir de A à Z, mais vous pouvez reproduire ce que le témoin a déclaré et cela constitue un compte rendu juste et exact. Les médias sont ainsi les yeux et les oreilles du public; l'immunité relative de la common law, une notion plus large, vise à encourager les gens à exprimer ce en quoi ils croient honnêtement, sans avoir à craindre d'être poursuivis pour libelle diffamatoire. C'est un moyen de défense beaucoup plus large.

Les États-Unis ont adopté cette défense à l'égard des personnalités publiques. Aux États-Unis, il est possible d'écrire un article sur une personne publique pourvu qu'il concerne l'aspect public que joue cette personne. Cet article peut être publié pourvu que certaines mesures aient été prises pour en vérifier la véracité.

Il n'est pas nécessaire d'être certain que les affirmations sont vraies. Toute l'affaire du *Watergate*, qui utilisait des sources confidentielles, Deep Throat et les autres, n'aurait jamais pu avoir lieu au Canada. Elle a été possible aux États-Unis, parce que, une dizaine d'années auparavant, les tribunaux avaient élaboré le moyen de défense de l'immunité relative dans l'arrêt *The New York Times v. Sullivan*, qui est applicable aux hommes politiques ou aux personnalités publiques. Cela a modifié les règles de base. Au Canada, dans la même situation, nous aurions été tenus de prouver que ce qui avait été publié était vrai, ce que nous n'aurions pas pu faire. Nous n'aurions pas pu utiliser nos sources confidentielles au procès parce qu'elles n'auraient pu témoigner, étant donné qu'elles auraient ainsi perdu leur anonymat.

**Le sénateur Graham:** Vous avez parlé de Watergate. Je ne pense pas que ces articles auraient pu être publiés non plus au Royaume-Uni.

**M. Rogers:** Non.

**Le sénateur Graham:** Est-ce que la presse canadienne aurait pu utiliser une mention de CP ou d'AP indiquant que l'article n'est pas l'oeuvre d'un reporter du *National Post*, du *Globe and Mail*, du *Toronto Star* ou d'un autre journal canadien? Pourraient-ils publier un article provenant d'une agence de presse comme AP ou CP concernant Watergate?



**Mr. Rogers:** The great thing about Watergate is that the potential plaintiffs were all American. So far, we have not seen a stream of people coming over the border suing under our laws here. In fact, we would do everything we could to send them back to the United States. Therefore, if are you not worried about being sued by an American plaintiff, yes, of course you could publish that in Canada.

There are occasions, though, when you realize that what is being published in the U.S. under that protection creates risks for publishers re-publishing it in Canada. Each and every publication by a publisher is a separate tort, a separate potential cause of action. Theoretically — and this has happened with politicians suing the media — they may name newspapers from *The Vancouver Sun* to the *Chronicle-Herald* as part of a CP-generated story that was carried across the country and that, in their view, was defamatory and false.

**Senator Spivak:** I am puzzled. I understand it is very difficult for a plaintiff to prove libel in this country, whereas you seem to be saying the opposite. In other words, people do not sue newspapers or whatever because it is very difficult to succeed.

**Mr. Rogers:** It is important to appreciate that the law of libel is very much skewed in favour of plaintiffs here. As I said, plaintiffs need only prove at trial that something defamatory has been published about them, not that it is false, not that there was any damage. That is it.

However, the realities of libel litigation, as long as you have a properly defended media, often make it unattractive for plaintiffs to pursue a case. I have no doubt about that. The decision in *Hill v. Scientology* that I discuss in that paper called “Cold Winds From the North” accepted a level of damages of \$1.6 million, including punitive and aggravated damages, and rejected any cap being placed on damages being awarded to plaintiffs. Also, you were not permitted in jury cases to cite other cases to guide the jury in what kind of damages they should award. Both of those steps, immediately subsequent to *Hill v. Scientology*, were taken in the United Kingdom to put a stop on what had been a growing trend of increasing libel damages in that country. Here, we do not have that. There is no doubt that over the last decade, there have been some very significant awards.

It is becoming more attractive to plaintiffs who can potentially see that pot of gold at the end of the rainbow to take on libel litigation and endure the realities of any piece of litigation, which is never much fun.

**The Chairman:** I will ask you to shift to another element of your course outline if you would, and put to you a question that has come up in this committee's hearings.

**M. Rogers:** Le bon côté de Watergate a été que les demandeurs potentiels étaient tous américains. Jusqu'ici, il n'y a pas eu beaucoup d'Américains qui soient venus de ce côté-ci de la frontière pour tenter des poursuites en vertu de nos lois. En fait, nous ferions tout ce que nous pouvons pour les renvoyer aux États-Unis. Par conséquent, si vous ne craignez pas d'être poursuivi par un demandeur américain, bien sûr, vous pourriez publier cela au Canada.

Il y a néanmoins des fois où l'on s'aperçoit qu'un texte publié aux États-Unis avec cette protection ne mettrait pas à l'abri les diffuseurs s'ils republiaient le même texte au Canada. Chaque publication d'un texte par un éditeur constitue un délit distinct, une cause d'action potentielle distincte. En théorie, et cela est déjà arrivé quand des hommes politiques ont poursuivi les médias, ils peuvent agir contre le *Vancouver Sun* jusqu'au *Chronicle-Herald* dans le cadre d'un article de l'agence CP qui aurait été publié dans les différentes provinces et qui était, selon cette personne, diffamatoire et faux.

**Le sénateur Spivak:** Je ne comprends pas très bien. Je crois savoir qu'il est très difficile pour un demandeur d'établir qu'il y a eu libelle diffamatoire chez nous, alors que vous semblez dire le contraire. Autrement dit, les gens ne poursuivent pas les journaux parce qu'il est très difficile d'obtenir gain de cause.

**M. Rogers:** Il est important de savoir que le libelle diffamatoire avantage beaucoup les demandeurs. Comme je l'ai dit, il suffit que le demandeur établisse au procès qu'une déclaration diffamatoire a été publiée à son sujet, et il n'est pas nécessaire qu'il établisse qu'elle est fausse, ni qu'il en a subi un préjudice. C'est tout.

Cependant, la réalité du contentieux du libelle diffamatoire fait qu'il n'est pas très intéressant pour le demandeur d'intenter une poursuite, si le média attaqué est correctement défendu. Je n'ai aucun doute là-dessus. L'arrêt *Hill c. Église de scientologie* que j'examine dans l'étude intitulée «Cold Winds From the North» accordait des dommages-intérêts de 1,6 million de dollars, ce qui comprend les dommages punitifs et exemplaires, et il a écarté l'idée de plafonner le montant des dommages et intérêts susceptibles d'être attribués au demandeur. En outre, il n'était pas permis de citer, dans les procès devant jury, des affaires destinées à guider les membres du jury sur le montant des dommages-intérêts qu'ils devraient accorder. Ces deux mesures, qui ont été prises immédiatement après *Hill c. Église de scientologie* au Royaume-Uni, visaient à freiner l'augmentation du montant des dommages-intérêts accordés dans les affaires de libelle diffamatoire dans ce pays. Ce n'est pas la situation qui existe ici. Il est vrai que depuis une dizaine d'années les tribunaux ont accordé des dommages-intérêts très importants.

Il est aujourd'hui plus intéressant pour les demandeurs d'entamer des poursuites pour diffamation et d'accepter les difficultés qui se posent dans ce genre de procès, parce que cela n'est jamais très agréable, étant donné qu'ils ont la possibilité d'obtenir des dommages-intérêts considérables.

**La présidente:** Je vais vous demander de passer à un autre aspect de votre description de cours et vous poser une question qui a été soulevée au cours des audiences de notre comité.

To who does freedom of expression belong? To whom is the Charter giving it? Is it to the individual citizen, the individual journalist or the proprietor?

**Mr. Rogers:** Everyone, all of those.

**The Chairman:** All of the above. How does that then play out in ascending hierarchies?

**Mr. Rogers:** Freedom of expression has many different recognized roles and purposes. This plays right into what I said at the beginning, by the way, which is that we need in this country a greater focus and expenditure of resources on developing a debate on freedom-of-expression issues. They are taken for granted and are not given the kind of weight and importance they should be.

One of them is simply personal fulfillment, freedom to express yourself, whether you are an artist or otherwise. It is just a part of your being to be able to freely express whatever you want to express. That is at an individual level.

In social intercourse, you want to engage with others and express your beliefs without doing it through the media. That is another aspect of free expression we should not lose sight of because that must be protected as well.

There is obviously the whole issue of expression of beliefs. Separate protection exists in the Charter for freedom of association and of religious beliefs, but freedom of expression is part of those because it is pretty hard to have an association without being able to speak and publish about it, or to have a religion without being able to discuss it and, often, proclaim it to the world.

We tend to focus on the political, public affairs aspects of freedom of expression, and there is no doubt that they are at the core of what is protected under section 2(b) of the Charter. Section 2(b) protects freedom of expression, including freedom of the press and other media of communication.

It explicitly builds in the recognition that the press and media are part of that protected freedom. The courts have recognized that the media often are the only means by which citizens can learn of things like court proceedings, like Parliament. Theoretically, Parliament is open to anyone who wants to enter, subject to a few security concerns, as are courts. However, the reality is that not only is the space confined but also people are busy. People are busy working, looking after their families. They cannot be there. The media then become the eyes and the ears of the public in that respect. I believe that is not and should not be limited to being merely a conduit for whatever the public figures feel they want to say at that moment, but should also play a role — I think Professor Jamie Cameron spoke about a watchdog role — in testing other aspects of political and public institutions. That is where freedom of information laws become very important. The whole issue of access to that process and the information that is available becomes crucial.

Qui bénéficie de la liberté d'expression? À qui est-ce que la Charte accorde cette liberté? Est-ce au citoyen, au journaliste ou au propriétaire?

**M. Rogers:** À chacun d'entre eux, à toutes ces personnes.

**La présidente:** À toutes ces personnes. Comment est-ce que ces personnes se placent l'une par rapport à l'autre?

**M. Rogers:** La liberté d'expression joue de nombreux rôles et objectifs différents. Cela touche ce que j'ai dit au début de mon exposé, à savoir qu'il faudrait que l'on s'intéresse davantage aux questions reliées à la liberté d'expression et qu'on y consacre les ressources nécessaires. Ces libertés sont considérées comme un acquis et ne reçoivent pas l'importance qu'elles méritent.

Un de ces rôles est simplement d'assurer au citoyen la liberté de s'épanouir, la liberté de s'exprimer, que ce soit comme artiste ou autrement. C'est simplement un aspect de la capacité d'exprimer librement ce que l'on veut exprimer. Voilà donc pour le niveau individuel.

Dans le cadre des relations sociales, chacun veut être en mesure de parler aux autres et de faire connaître ses convictions, sans passer par les médias. C'est un autre aspect de la libre expression qu'il ne faudrait pas perdre de vue parce qu'il convient également de le protéger.

Il y a bien sûr toute la question de l'expression des convictions, des croyances. La Charte accorde une protection distincte à la liberté d'association et de croyances religieuses mais la liberté d'expression fait partie de ces libertés parce qu'il est assez difficile de fonder une association si l'on n'a pas le droit d'en parler et de publier des choses à son sujet, ou d'avoir une religion sans avoir le droit d'en parler et bien souvent de la faire connaître aux autres.

Nous avons tendance à privilégier les aspects publics et politiques de la liberté d'expression, et il est vrai que ces aspects sont au cœur de ce que protège l'alinéa 2b) de la Charte. L'alinéa 2b) protège la liberté d'expression, ce qui comprend la liberté de la presse et des autres moyens de communication.

Cette disposition reconnaît expressément que la presse et les moyens de communication font partie de cette liberté garantie par la Charte. Les tribunaux ont reconnu que bien souvent, les médias sont la seule façon qu'ont les citoyens de prendre connaissance d'événements comme les poursuites judiciaires, comme les débats parlementaires. En théorie, n'importe qui peut pénétrer dans l'édifice du Parlement, à part quelques vérifications de sécurité, comme dans les salles d'audience des tribunaux. En fait, il n'y a pas beaucoup de place dans cet édifice et les gens ont d'autres choses à faire. Ils travaillent, ils s'occupent de leur famille. Ils ne peuvent pas assister aux séances du Parlement. Les médias sont ainsi les yeux et les oreilles du public. Je ne pense pas que les médias devraient être simplement un moyen pour les personnalités publiques de faire savoir ce qu'elles veulent que l'on sache à un moment donné, mais ils devraient également jouer un rôle, et je crois que M. Jamie Cameron a parlé d'un rôle de chien de garde, pour parler des autres aspects des institutions



It is a rather long-winded answer to your question, but I do not see that any of those need be inimical to the others. In fact, I do not see how individual citizens in a democracy can meaningfully discuss the role of their public institutions without being informed of what is going on. How can you discuss whether or not this fellow got the right sentence for some terrible crime if you do not know the evidence, if you do not know what was before the court and the judge in making that determination? Uninformed discussion is not helpful in a democracy. That information is essential and I think we have to recognize that more often than not, it will come through the media.

**Senator Phalen:** We are all aware of the struggles of the French and the Mahaffy families to protect the memories of their daughters, in which they had to resort to the courts. Do you believe that public policy changes are needed to protect victims' families or, conversely, do you believe the courts are restricting the rights of journalists?

**Mr. Rogers:** There have in fact been a number of measures adopted in the last five or six years that are intended to protect victims, even dead ones. The most recent example is the Youth Criminal Justice Act, which for the first time explicitly makes it clear that even deceased victims cannot be identified if they are youths. It is a strange piece of legislation, but if you are a victim of a crime committed by a youth, as opposed to an adult, then *prima facie*, you cannot be identified. If the victim is dead, the only way can you do it is to have the family consent to that happening.

That is an example that would not have applied in the *Bernardo-Homolka* case because they were not young offenders. They were adults. However, for young offenders, that law is now in place.

That is section 46 subsection 4.1 of the Criminal Code of Canada, which I believe became legislation in 1999. That section permits courts to make a discretionary order prohibiting identification of a victim. To date, I do not know of a case where it has been sought in respect of a deceased victim, but it has been used with respect to other kinds of victims, as well as witnesses.

You are automatically entitled — and this would apply in the *Holmolka-Bernardo* case — to an identification ban if you are a complainant in a sexual assault case. That is there for the asking, and if you ask for it — which is normally done right from the beginning by the Crown attorney — you have an anonymity order in place. That is also available for witnesses under 18 on a mandatory basis.

Otherwise, you have to meet a discretionary test that the court is developing. Personally, I have a great deal of concern about this aspect — this growing protection and use of anonymity orders —

publiques et politiques. C'est là où la liberté de l'information prend toute son importance. La question de l'accès au processus et à l'information existante devient essentielle.

J'ai répondu un peu longuement à votre question mais je ne pense pas qu'il y ait d'incompatibilité entre ces différentes catégories. En fait, je ne vois pas comment les citoyens pourraient parler utilement du rôle que jouent leurs institutions publiques s'ils ne sont pas informés de ce qui se passe. Comment peut-on dire si telle personne s'est vu imposer la sentence qui convient pour un crime terrible si l'on ne connaît pas les preuves présentées, si l'on ne sait pas ce qui s'est dit devant le tribunal et si l'on ne connaît pas les éléments dont disposait le juge pour rendre sa décision? Une discussion qui ne se base pas sur des informations exactes n'est guère utile dans une démocratie. Cette information est essentielle et je crois qu'il faut reconnaître que le plus souvent ce sont les médias qui la fournissent.

**Le sénateur Phalen:** Nous connaissons tous la lutte qu'ont dû livrer les familles French et Mahaffy pour protéger la mémoire de leurs filles, lutte qu'ils ont dû porter devant les tribunaux. Pensez-vous qu'il y a lieu de modifier certaines règles pour protéger les familles des victimes ou pensez-vous que les tribunaux restreignent trop les droits des journalistes?

**M. Rogers:** Un certain nombre de mesures ont en fait été adoptées au cours des cinq ou six dernières années qui visaient à protéger les victimes, même celles qui étaient décédées. L'exemple le plus récent est celui de la Loi sur le système de justice pénale pour les adolescents, qui précise pour la première fois que le nom des victimes décédées ne peut être communiqué, si ce sont des adolescents. C'est une loi quelque peu étrange mais la victime d'un crime commis par un jeune, et non pas par un adulte, ne peut être identifiée dans un premier temps. Si la victime est décédée, la seule façon de l'identifier est d'obtenir le consentement de sa famille.

C'est un exemple qui ne se serait pas appliqué à l'affaire *Bernardo-Homolka* parce que ces personnes n'étaient pas des jeunes contrevenants. C'étaient des adultes. Cependant, aujourd'hui, cette loi s'applique aux jeunes contrevenants.

C'est le paragraphe (4.1) de l'article 46 du Code criminel du Canada, qui a été adopté je crois en 1999. Cet article autorise les tribunaux à rendre une ordonnance discrétionnaire qui interdit l'identification de la victime. Je ne pense pas qu'on ait jusqu'ici demandé une telle ordonnance concernant une victime décédée, mais cette disposition a déjà été utilisée à l'égard d'autres victimes, ainsi que pour des témoins.

Vous avez automatiquement le droit — et cela s'appliquerait à l'affaire *Holmolka-Bernardo* — à une ordonnance d'interdiction si vous êtes la plaignante dans une affaire d'agression sexuelle. C'est à vous de le demander; si vous le souhaitez, le procureur de la Couronne fait normalement la demande dès le début, et le tribunal prononce une ordonnance exigeant le respect de l'anonymat de la plaignante. Cette demande doit également être accordée aux témoins de moins de 18 ans.

Dans tous les autres cas, il faut répondre au critère discrétionnaire élaboré par les tribunaux. Personnellement, cet aspect m'inquiète beaucoup, cette protection croissante et ce

because I think it is very powerful, as a member of society, to be able to identify with and understand the victims of crimes, as well as witnesses in court. I think it is essential to know who is testifying and what they are saying, because who knows? It has happened here in Ottawa that somebody testified and, after reading it in the *Ottawa Citizen*, someone else knew that what this person was saying was wrong and went to the Crown. That man ended up being convicted of perjury. There is a useful role to be played with respect to witnesses and, I also think, with respect to victims — who may be witnesses — even deceased victims, in enabling us to understand what happened here and to relate to the horror of the crime that has been committed.

I have huge sympathy, obviously, for the French and Mahaffy families — for what they and their daughters went through. However, I am concerned that the desire to deal with that specific and unique case should not be allowed to turn the law in the direction of increasing anonymity in judicial proceedings generally.

**Senator Phalen:** As a point of information in another area, in the case of young offenders, you said that in limited circumstances, the law can be set aside?

**Mr. Rogers:** It is not that it can be set aside. It is that, in dealing with victims, for example, the parents of a young victim can consent to someone being identified. It is not that the law is set aside, it is that the law includes this option in its operation. For example, there was a recent shooting in a high school in Taber, Alberta, by a young offender. One of the victims was 17, so he is a youth, but he wanted to talk about what he went through and what it was like. He did so, not only on his own behalf, but with the consent and approval of his parents.

That was in breach of the then-existing law, which did not allow consent to be given in these circumstances to the young victim being identified. An Alberta court set aside that aspect of the law as unconstitutional and said it made sense that this person should be able to talk about what happened to him in a way that identifies him. That approach has been adopted in the present Youth Criminal Justice Act.

**Senator Phalen:** You say this automatic statutory ban can only be set aside in very limited circumstances, either when the police are seeking to apprehend a youth at large and believed to be dangerous —

**Mr. Rogers:** That is the Young Offenders Act. We did not have the Youth Criminal Justice Act when that paper was written. At that time, what I said applied to the victim of the Taber shooting. Even though he consented, he was in breach of the law — that led to a court case and it was viewed as unconstitutional. The new law creates many other problems, especially for media lawyers advising their clients, because it is very difficult to understand how it applies in some cases. However, it does remedy that issue, so that a victim can choose, either when he turns 18 or with his

recours aux ordonnances d'interdiction, parce qu'il me paraît extrêmement important en tant que citoyen d'être en mesure de savoir qui sont les victimes de crime, ainsi que les personnes qui témoignent devant les tribunaux. Il me paraît essentiel de savoir qui témoigne et ce que dit le témoin, parce qu'on ne sait jamais. Il est arrivé à Ottawa que quelqu'un témoigne devant un tribunal et qu'après avoir lu le compte rendu dans l'*Ottawa Citizen*, une personne se rende compte que le témoin mentait et a communiqué avec la Couronne. Le témoin a finalement été déclaré coupable de parjure. C'est un rôle très utile qu'il faut jouer à l'égard des témoins et aussi, d'après moi, à l'égard des victimes, qui peuvent être appelées à témoigner, et même les victimes décédées, parce que cela nous permet de comprendre ce qui se passe et de connaître toute l'horreur du crime qui a été commis.

J'ai beaucoup de sympathie, c'est évident, pour les familles French et Mahaffy, à cause de ce qu'elles et leurs filles ont subi. Il me paraît toutefois que le souci d'agir à l'égard de cette affaire particulière et unique ne devrait pas amener le droit à restreindre la publicité des débats judiciaires.

**Le sénateur Phalen:** À titre d'information, dans un autre domaine, dans celui des jeunes contrevenants, vous dites qu'il est possible d'écarter l'application de la loi dans certaines circonstances, est-ce bien cela?

**M. Rogers:** Ce n'est pas qu'on peut l'écarter. En fait, pour les victimes, les parents d'une jeune victime peuvent consentir à ce que celle-ci soit identifiée. Ce n'est pas que l'on écarte l'application de la loi, c'est que la loi prévoit cette possibilité. Par exemple, un jeune contrevenant a tiré des coups de feu dans une école secondaire à Taber, en Alberta. Une des victimes avait 17 ans, c'est donc un adolescent, mais il voulait parler de ce qu'il avait vécu et de ce qu'il avait ressenti. Il l'a fait, non seulement pour son propre compte, mais avec le consentement et avec l'approbation de ses parents.

Cela était contraire aux règles en vigueur, qui ne permettaient pas que l'on consente, dans ce genre de situation, à ce que la jeune victime soit identifiée. Un tribunal de l'Alberta a annulé cet aspect de la loi, parce qu'il était inconstitutionnel, et a déclaré qu'il était logique que ce jeune puisse parler de ce qui lui était arrivé et qu'il puisse également s'identifier. Cette approche a été retenue dans la Loi sur le système de justice pénale pour les adolescents.

**Le sénateur Phalen:** Vous dites que cette interdiction légale automatique ne peut être mise de côté que dans des circonstances très limitées, soit que la police cherche à arrêter un jeune en fuite et qu'il est susceptible d'être dangereux...

**M. Rogers:** C'est la Loi sur les jeunes contrevenants. Nous n'avions pas la Loi sur le système de justice pénale pour les adolescents lorsque nous avons écrit cette étude. À l'époque, ce que j'ai dit s'appliquait à la victime de la fusillade de Taber. Même s'il y avait consenti, il avait violé la loi, ce qui a donné lieu à des poursuites et la disposition a été jugée inconstitutionnelle. La nouvelle loi crée de nombreux autres problèmes, en particulier pour les avocats en droit des médias qui conseillent leurs clients, parce qu'il est parfois très difficile de savoir comment elle



parents' consent, to be identified.

**The Chairman:** Thank you, Mr. Rogers. What is the date, the year, of your paper, "Cold Winds from the North"?

**Mr. Rogers:** I wrote it originally in 1998 and I think it was revised somewhat for publication. I think that publication took place in April 1999. There certainly are a number of statements in it that are no longer accurate.

**The Chairman:** Witness the Young Offenders Act. Nevertheless, there is a lot in it that is very relevant. Thank you so much. We could indeed have kept you here all day.

**Mr. Rogers:** Thank you, it has been a pleasure. This is an area of law that I enjoy talking about.

**The Chairman:** Our next witness is Mr. Christopher Maule, a Distinguished Research Professor in the Department of Economics and the Norman Patterson School of International Affairs at Carleton University. He is also a consulting associate at Carleton's Centre for Trade, Policy and the Law.

Welcome to the Senate. We are grateful to you for coming, and I understand you have an opening statement.

**Mr. Christopher Maule, Distinguished Research Professor, Department of Economics and Norman Paterson School of International Affairs, Carleton University, as an individual:** Madam Chair, and honourable senators, thank you for inviting me to appear before you today. I did prepare a presentation, so if I do not get through it all in my allotted time, it is there for you to read.

I should indicate at the outset that I am retired from full-time teaching, and I carry on my own research in the economic aspects of cultural policy, particularly with respect to the trade aspects.

In preparing myself for this committee, aside from looking back at the first Senate report by Senator Davey on the mass media and reading some, if not all, of the transcripts of your hearings, it struck me that the issues that you are addressing would be informed by the book, *When Old Technologies Were New: Thinking About Electric Communication in the Late Nineteenth Century*, by Carolyn Marvin; and Elizabeth Eisenstein's piece, "Some Conjectures about the Impact of Printing on Western Society and Thought: A Preliminary Report," in the *Journal of Modern History*.

The first points out that in the early stages of a new technology, no one predicts accurately how it will work out. This was true for electricity, the telephone and radio, and later on for television and the computer.

s'applique dans certains cas. Cependant, elle règle cette question, de sorte que la victime peut choisir, soit lorsqu'elle a 18 ans ou avec le consentement de ses parents, d'être identifiée.

**La présidente:** Merci, monsieur Rogers. Quelle est la date, l'année, de votre étude, «Cold Winds from the North»?

**M. Rogers:** Je l'ai écrit initialement en 1998 et je crois qu'elle a été légèrement révisée en vue de sa publication. Je pense qu'elle a été publiée en avril 1999. Elle contient j'en suis sûr un certain nombre d'affirmations qui ne sont plus exactes.

**La présidente:** Comme la Loi sur les jeunes contrevenants. Il y a néanmoins beaucoup de choses qui sont très pertinentes. Je vous remercie. Nous aurions effectivement pu parler avec vous toute la journée.

**M. Rogers:** Merci, cela a été un plaisir pour moi. C'est un domaine du droit dont j'aime beaucoup parler.

**La présidente:** Notre témoin suivant est M. Christopher Maule, professeur émérite à la faculté des sciences économiques et à l'école Norman Patterson des affaires internationales de l'Université Carleton. M. Maule est également consultant associé au Centre de droit et de politique commerciale de l'Université Carleton.

Bienvenue au Sénat. Nous sommes heureux que vous ayez pu venir et je crois savoir que vous allez faire une déclaration liminaire.

**M. Christopher Maule, professeur de recherche émérite, Département d'économie et Norman Paterson School of International Affairs, Université Carleton, à titre personnel:** Madame la présidente, mesdames et messieurs, je vous remercie de m'avoir invité à venir ici aujourd'hui. J'ai effectivement préparé un exposé et si je n'ai pas le temps de vous le lire en entier dans le temps qui m'est imparti, vous pourrez toujours le lire par la suite.

Je devrais mentionner dès le départ que j'ai pris ma retraite de l'enseignement à plein temps et que je poursuis ma propre recherche sur les aspects économiques de la politique culturelle, en particulier les aspects commerciaux.

Lorsque j'ai préparé ma comparution, en plus de relire le premier rapport sénatorial préparé par le sénateur Davey sur les moyens de communication de masse et de lire pratiquement tous les comptes rendus de vos audiences, j'ai été frappé par l'idée que deux livres pourraient éclairer votre discussion, il s'agit de *When Old Technologies Were New: Thinking About Electric Communication in the Late Nineteenth Century*, de Carolyn Marvin et de l'article qu'a écrit Elizabeth Eisenstein, intitulé «Some Conjectures about the Impact of Printing on Western Society and Thought: A Preliminary Report,» qui a paru dans le *Journal of Modern History*.

Le premier souligne qu'aux premiers stades de la mise au point d'une nouvelle technologie, personne ne peut prédire précisément ce qu'il en adviendra. C'est ce qui s'est passé pour l'électricité, le téléphone, la radio, et par la suite, pour la télévision et l'ordinateur.

The second examines what did happen after the introduction of the printing press and traces those effects over the next 400 years. Currently, the production and distribution of content in digital formats is the technology affecting news and entertainment media — print, television, radio, film and music. The difference that I see between the issues that you are addressing in 2003 and the previous Senate report is technology. The technology has changed dramatically, and that has changed our understanding, even our definition, of what is included in the media, where “the media” must refer both to the content and to the mechanisms of carriage and distribution.

Media concentration can be examined in both economic and non-economic terms. In economic terms, the issue is the impact of concentration on prices, profitability and market share. In non-economic terms, it concerns media diversity. The first is measured and evaluated using financial and sales data. For the second, there are less precise indicators, and judgment plays a larger role.

In economic terms, the evidence indicates that daily newspaper operations are experiencing financial difficulty in Canada as well as in a number of other countries. Distribution overall and per household is declining, and profitability is low or non-existent. This suggests that competition or some other factors are causing these conditions and that this aspect of concentration is unlikely to be a problem.

The figures from Statistics Canada show that daily newspaper circulation, as a per cent of the number of households, was 101 per cent in 1950, 71 per cent in 1975 and 45 per cent in 2000.

In response to these conditions, newspaper and broadcast owners are restructuring their operations. Their options are to exit the industry, reorganize existing operations or diversify. All those have been considered or exercised. For example, Hollinger and Thomson sold out some or all of their publications.

Diversification can be into related or non-related lines of business. A logical direction in economic terms is to move into related lines, and thus we see media conglomerates being formed as they try to reduce costs and increase revenues. It is not easy to predict what will work. Canada’s media conglomerates are experiencing financial difficulties, and the same thing is occurring with similar firms in the United States, where Mr. Turner reports to have lost all but \$1 billion of the \$14 billion he initially made in the AOL-Time Warner deal.

Regarding media diversity, another aspect of your concerns, digitization, the force currently bringing about change, creates opportunities for diversity of news, current affairs and entertainment. Its general effects are similar to its predecessors,

Le second traite de ce qui s’est passé après l’invention de l’imprimerie et retrace ces répercussions au cours de quatre siècles suivants. Actuellement, la production et la diffusion de contenu sous forme numérique représentent la technologie qui influe sur les médias d’information et de divertissement — imprimés, télévision, radio, cinéma et musique. La différence que je décèle entre les questions que vous examinez en 2003 et l’ancien rapport sénatorial est sur la technologie. La technologie a changé de façon dramatique et cela a modifié la façon dont nous comprenons, et même définissons, ce que sont les médias, parce que l’expression «les médias» désigne à la fois le contenu et les mécanismes utilisés pour la transmission et la diffusion de ce contenu.

Il est possible d’étudier la concentration des médias sous deux angles, économique et non économique. Sur le plan économique, l’enjeu principal est l’effet de la concentration sur les prix, la marge bénéficiaire et la part du marché. En termes non économiques, le point de vue est celui de la diversité des médias. Le premier se mesure et s’évalue au moyen de données financières et d’informations sur les ventes; pour le second, les indicateurs sont moins précis et le jugement joue un rôle plus important.

Sur le plan économique, tout semble indiquer que les quotidiens connaissent des difficultés financières au Canada, ainsi que dans un certain nombre d’autres pays. Le tirage général et la diffusion dans les foyers diminuent et la rentabilité est faible, voire inexistante. Cela pourrait indiquer que la concurrence ou quelque autre facteur est à l’origine de cette situation et que cet aspect de la concentration n’est vraisemblablement pas problématique.

Les chiffres de Statistique Canada montrent que la diffusion des journaux exprimée en pourcentage des foyers était de 101 p. 100 en 1950, de 71 p. 100 en 1975 et de 45 p. 100 en 2000.

Face à cette situation, les propriétaires de quotidiens et de chaînes de diffusion ont commencé à restructurer leurs activités. Les choix qui se présentent à eux sont alors de quitter l’industrie, de réorganiser les entreprises existantes ou de diversifier leurs activités. Tous ces choix ont été étudiés ou exercés. Par exemple, Hollinger et Thomson ont vendu une partie ou la totalité de leurs publications.

La diversification peut se faire dans des secteurs d’activités connexes ou non. Sur le plan économique, il semble logique de s’orienter vers des secteurs connexes; c’est pourquoi nous assistons à la formation de conglomerats de médias, parce que les entreprises tentent de réduire leurs coûts et d’accroître leurs revenus. Il n’est pas facile de prédire quelle sera la solution la plus efficace. Les conglomerats canadiens dans le domaine des médias éprouvent des difficultés financières et c’est ce qui se passe également dans les entreprises du même secteur aux États-Unis, puisque M. Turner déclare avoir perdu près de 13 des 14 milliards de dollars qu’il avait gagnés au départ au moment de la transaction AOL-Time Warner.

La numérisation, cette force qui est actuellement à l’origine de nombreux changements, accroît les possibilités de diversification des nouvelles, des actualités et du divertissement. De façon générale, ces effets sont semblables à ceux de ces prédécesseurs



the printing press, photography, telegraphy, film, radio, television, satellite, fax and VCR, all of which were introduced in a relative short period of time, making it difficult for entrepreneurs and government policy to adapt to the changes. They all increased competition in the particular sectors that were affected by the technology.

Here with us now, and the impact of which we have not fully seen, is the increased use of personal digital recorders, which is creating further competitive pressures as viewers who are both consumers and citizens are able to program their own viewing schedule. Digitization reduces the cost of production and distribution and empowers audiences to pick and pay — or not pay, as in the case of piracy — for what they want. Reduced content diversity is not, in my view, the problem. An overload of information may be. Signal theft and protection of intellectual property is an important public policy issue.

Market fragmentation also means that private firms have to adjust their business models, and we are seeing the adjustment take place on the consumers' side of the market, with their downloading of music and films, and it is reported that over 500,000 films are downloaded per day through the Internet. I would have thought book publishers would also be concerned about this development, but that does not seem to have happened yet.

Media diversity is increased by the response of traditional publishers and broadcasters establishing Web sites, as well as the Web sites of organizations and individuals. A check of the parliamentary Web site shows that 23 senators have their own Web sites. Senator LaPierre, a member of your committee, has one, and it at least adds to the diversity of Canadian cuisine with the material that is included there.

Of course, some sites have more hits than others, but I think an interesting development, and one site I use frequently — and I am sure there are others like it — is known as Arts News and Letters Daily, which has a gatekeeper and provides a selected synopsis of articles from world magazines, newspapers and commentators as well as links to many of them, all available without charge. For example, complete articles from the *Spectator* can be read for free on the Internet. You can spend the whole day reading material that is free, if you have the time. It is the 24 hours in the day that is really the constraint on receiving all this diversity.

To me, the evidence suggests increased media diversity from traditional and new sources and a willingness of individuals to search out this information, thereby providing competition to traditional news sources. While newspapers are experiencing declining circulation and profitability, more Canadians are connected to the Internet, have computers in their home and, increasingly, rent a high-speed connection. Forty per cent of

que sont l'imprimerie, la photographie, la télégraphie, le cinéma, la radio, la télévision, les satellites, les télécopieurs et les magnétoscopes à cassette, qui ont tous fait leur apparition au cours d'une période relativement courte, de sorte que les entrepreneurs et les politiques publiques ont de la difficulté à s'adapter aux changements. Toutes ces nouveautés ont avivé la concurrence dans certains secteurs qui étaient touchés par ces technologies.

Nous assistons aujourd'hui à l'usage croissant des enregistreurs numériques personnels qui augmentent les pressions concurrentielles car les spectateurs, qui sont à la fois consommateurs et citoyens, peuvent programmer leur propre horaire d'écoute, phénomène dont nous ne connaissons pas encore toutes les répercussions. La numérisation réduit les coûts de production et de diffusion et permet aux spectateurs de choisir et de payer, ou de ne pas payer, s'ils piratent les émissions, ce qu'ils veulent. La diminution de la diversité de contenu ne pose pas de problème. On assisterait plutôt à une sursaturation d'informations. Le vol de signaux et la protection de la propriété intellectuelle constituent un important sujet d'intérêt public.

La fragmentation du marché a également obligé les entreprises privées à adapter leurs modes de gestion, et nous constatons qu'il s'opère des ajustements du côté des consommateurs, parce que ces derniers téléchargent de la musique et des films, et on estime que plus de 500 000 films sont téléchargés tous les jours par l'Internet. J'aurais pensé que les éditeurs de livres s'inquiéteraient de cette évolution mais ce ne semble pas être encore le cas.

La réaction des éditeurs et des diffuseurs traditionnels, qui est de créer de sites Web, sans compter les sites Internet de nombreux organismes et particuliers, augmente encore la diversité des médias. Un coup d'oeil sur le site Web parlementaire montre que 23 sénateurs ont des sites Web. Le sénateur LaPierre, un membre de votre comité, en a un et il contribue au moins à renforcer la variété de la cuisine canadienne grâce aux recettes qui y sont affichées.

Bien sûr, certains sites reçoivent plus de visiteurs que d'autres et je crois que le site qui s'appelle Arts News and Letters Daily, qui dispose d'un contrôleur d'accès et offre des résumés choisis d'articles de journaux, de revues et de textes de commentateurs du monde entier, ainsi que des liens vers un bon nombre d'entre eux qui sont accessibles sans frais, est une découverte intéressante et un site que je visite fréquemment. Il est par exemple possible de lire gratuitement sur Internet des articles complets du *Spectator*. On pourrait passer toute la journée à lire gratuitement des textes, si on avait le temps. C'est le fait qu'il n'y a pas que 24 heures par jour qui nous limite dans cet accès à toute cette diversité.

Pour ma part, je crois que tout mène à un accroissement de la diversité des médias à cause des sources traditionnelles et des nouvelles, et de la volonté du consommateur de rechercher l'information, ce qui concurrence les sources traditionnelles d'information. Les journaux subissent une réduction de leurs tirages et de leurs marges bénéficiaires mais de plus en plus de Canadiens sont branchés sur l'Internet, ont un ordinateur à la

households had Internet connections in 2000, estimated to be 60 per cent in 2005. At the moment, high-speed Internet connection is 5 per cent of households, estimated to be 35 per cent in 2005. Of the sites visited, the second most popular use of the Internet is for news sites.

Those without such facilities can use Internet terminals for free in public places such as libraries, or obtain access at low cost through Internet cafés. Even public telephones, which were established for reasons of accessibility, are not free, and the Internet provides more options than the plain old telephone system ever did.

The empowerment of Canadian viewers and readers in this way has caused them to be more demanding of the quality of news reporting from the traditional media, a demand that has not been met in all cases, in my view.

With respect to public broadcasting, I do not share the belief that many Canadians view the print and broadcast journalism as being highly credible, especially in the case of news and current affairs reporting. This was the case even prior to the "twin towers" revelation of dishonesty and plagiarism of a *New York Times* reporter and the admission by CNN that it suppressed certain stories.

In Canada, recent reporting by the CBC of the Iraq war and Mideast politics was not, in my view, balanced, nor was it in the case of the BBC. I found informed and balanced reporting came from the PBS Lehrer News Hour, co-founded by a Canadian. Especially harmful to the CBC has been a public affairs program like *Counterspin* that was at one time moderated by a person who not only had a definite view on complex political and social issues, but also made a point of promoting that view in the discussion while acting as moderator. If this represents an attempt at agenda setting activity by the public broadcaster, it successfully sabotages this effort.

One problem concerns the nature of the funding process. CBC Radio-Canada television is financed by government and advertising. Its radio counterpart, for which there is more public support, has no advertising. English language TV viewing share has fallen from 12 per cent in 1993 to less than 7 per cent in 2002, and French language from 20 per cent to 17 per cent. Removing news, current affairs and sports would leave the CBC with lower numbers.

Others have pointed out the contribution the specialty services now make to program formats traditionally supplied by the public broadcaster.

In contrast, public broadcasting in the U.K. has an audience share of over 40 per cent; Germany, almost 40 per cent; and France, around 45 per cent.

maison et une connexion haute vitesse. Quarante pour cent des ménages étaient reliés à l'Internet en 2000, et ce chiffre devrait passer à 60 p. 100 en 2005. À l'heure actuelle, 5 p. 100 des ménages ont une connexion haute vitesse à l'Internet, et ce chiffre devrait passer à 35 p. 100 en 2005. Parmi tous les sites visités, les sites de nouvelles viennent au deuxième rang des sites les plus populaires de l'Internet.

Ceux qui ne disposent pas de cet équipement peuvent utiliser gratuitement les terminaux Internet dans les endroits publics, comme les bibliothèques, ou y accéder à peu de frais dans les cafés Internet. Même les téléphones publics, qui ont été mis en place pour des raisons d'accessibilité, ne sont pas gratuits et l'Internet offre beaucoup plus de possibilités que le bon vieux système téléphonique.

Toutes ces capacités offertes aux lecteurs et aux téléspectateurs canadiens les ont rendus plus exigeants en terme de qualité des nouvelles fournies par les médias traditionnels, exigence qui n'a pas encore été satisfaite, selon moi.

Pour ce qui est des diffuseurs publics, je ne partage pas l'opinion selon laquelle beaucoup de Canadiens considèrent le journalisme écrit comme étant très crédible, surtout en ce qui touche les nouvelles et les actualités. Il en était ainsi même avant les doubles révélations de malhonnêteté et de plagiat du journaliste du *New York Times* et l'aveu qu'a fait CNN d'avoir supprimé certaines nouvelles.

Au Canada, la couverture qui a été faite de la guerre en Irak et de la politique au Moyen-Orient par la CBC n'est pas à mes yeux équilibrée, pas plus que celle de la BBC. Par contre, j'ai pu voir des reportages éclairés et équilibrés au cours de l'émission News Hour de Lehrer, sur PBS, cette chaîne dont le cofondateur est canadien. La CBC a particulièrement souffert de la diffusion d'une émission d'affaires publiques comme *Counterspin* dont l'animateur, à une certaine époque, était une personne qui, non seulement, avait une opinion bien définie des questions politiques et sociales complexes mais se faisait également un point d'honneur de promouvoir cette opinion au cours des débats qu'elle animait. S'il s'agissait là d'une tentative d'établissement d'un plan d'action par le diffuseur public, ses efforts ont été efficacement minés.

Un des problèmes vient du processus de financement. La télévision de Radio-Canada/CBC est financée par l'État et les commanditaires. Son homologue de la radio, qui bénéficie d'un soutien public plus vaste, n'a pas de commanditaires. La cote d'écoute de la télévision de langue anglaise est touchée de 12 p. 100 en 1993 à moins de 7 p. 100 en 2002, et celle de la télévision de langue française est passée de 20 p. 100 à 17 p. 100. Si l'on retire les nouvelles, les actualités et les sports, la cote de la CBC serait encore plus faible.

D'autres ont signalé la contribution que les réseaux de services spécialisés apportent maintenant à des formats d'émissions qui étaient auparavant l'apanage des radiodiffuseurs publics.

Par contre, au Royaume-Uni, les diffuseurs publics bénéficient d'une cote d'écoute de plus de 40 p. 100, en Allemagne, elle est de près de 40 p. 100 et en France d'environ 45 p. 100.



PBS in the U.S. has retained a three per cent market share and, more importantly, a constant flow of government funding measured in constant dollars since 1980. Those figures are taken from a report that is referenced in the notes.

In my view, public television would be better served by being funded solely by government. Dependency on audience ratings would be lessened. It could focus on the undersupplied segments of the market for news and entertainment and would likely gain the enhanced reputation that CBC radio has.

It might also be accompanied by the removal of content rules for public broadcasters, which in my view are currently ineffective and give rise to potential trade disputes.

I mentioned in my notes what some consider the golden days of public broadcasting. I was brought up with BBC radio. It had two services, the home and light programs, with the content controlled by Lord Reith from 1926 to 1938. An autocratic manager, fond of imposing his views, moral and other, on the listening public, he stated at one time that he was proud that no issues of public concern were part of BBC programming.

Even at that time, competition came from privately owned Radio Luxembourg, and then in the 1950s, pirate radio ships anchored in the North Sea, much to the consternation of the BBC, which tried to stop these transmissions — competition did enter even under the circumstances of the BBC.

I turn now to policy alternatives. You have addressed some of these issues. In the event the government decides to intervene in the interests of greater diversity, which I would not support — by that I mean I would not support the intervention; I have nothing against increased diversity — the options include breaking up existing firms, regulating them or encouraging new entry, domestic and foreign. The last will require the removal of the foreign ownership restrictions on newspapers exercised through the Income Tax Act on the deductibility of advertising for tax purposes.

In one sense, new foreign entry is already occurring with increased access by Canadians to foreign publications. Other witnesses have noted that more than 700,000 Canadians have registered to receive *The New York Times* over the Internet at no cost, a figure in excess of the circulation of any Canadian daily newspaper. A study of registration for other foreign on-line newspapers and magazines I think will provide relevant and interesting information.

Another indicator of diversity would be the number and circulation of community and ethnic newspapers. Volume 1 of the previous Senate report had a chapter on this subject. My casual research found over 130 ethnic newspapers in about 35 languages received by the National Library in 2003. Their circulation and advertising revenue is not reported, but should be available with

Aux États-Unis, PBS a conservé une part de 3 p. 100 du marché et, fait à noter, un apport continu de fonds publics mesuré en dollars constants depuis 1980. Ces chiffres viennent d'un rapport qui est cité dans les notes.

Il vaudrait mieux pour la télévision publique qu'elle soit financée uniquement par l'État. La dépendance à l'égard des cotes d'écoute diminuerait; elle pourrait alors mettre l'accent sur des secteurs mal desservis du marché des nouvelles et du divertissement et mériterait probablement la renommée dont bénéficie la radio CBC.

Cette situation pourrait s'accompagner de l'élimination des règles de contenu qui sont de toute façon inefficace actuellement et qui risquent de donner lieu à des conflits commerciaux.

J'ai parlé dans mes notes de ce que certains considèrent comme étant les grandes années de la radiotélévision publique. J'ai grandi avec la radio de la BBC. Elle offrait deux programmations, les émissions pour le foyer et les émissions légères, dont le contenu a été déterminé par lord Reith de 1926 à 1938. Gestionnaire autocratique, aimant imposer ses opinions, sa morale et autres vertus aux auditeurs, il a déclaré à un certain moment qu'il était fier que la programmation de la BBC ne traite d'aucune question publique.

Même à cette époque, la concurrence est venue de Radio Luxembourg, un poste privé, et au cours des années 50, de stations maritimes pirates qui émettaient à partir de navires ancrés dans la mer du Nord, à la grande consternation de la BBC qui a tenté de faire cesser ces émissions, et la concurrence s'est donc fait sentir même dans la situation que connaissait la BBC.

Je vais maintenant examiner les politiques de rechange. Vous avez examiné certaines de ces questions. Dans le cas où l'État déciderait d'intervenir dans le but d'augmenter la diversité, ce que je ne conseille pas, et par là, je veux dire que je ne suis pas en faveur d'une telle intervention mais je n'ai rien contre l'augmentation de la diversité, les solutions comprennent la fragmentation d'entreprises existantes, leur réglementation ou la promotion de l'accès de nouveaux venus, tant canadiens qu'étrangers. Cette dernière solution exigerait l'élimination des restrictions à la propriété étrangère appliquées aux journaux, au moyen de la Loi de l'impôt sur le revenu, par la déductibilité de la publicité pour fins fiscales.

D'une certaine manière, la présence étrangère existe déjà du fait de l'accès accru aux publications étrangères par les Canadiens. Des témoins ont noté que plus de 700 000 Canadiens sont abonnés au service Internet gratuit de *New York Times*, chiffre qui dépasse le tirage de n'importe quel quotidien canadien. Une étude sur l'abonnement direct à d'autres revues et journaux étrangers fournirait plus d'informations pertinentes à ce sujet.

Le nombre et la diffusion des journaux locaux et ethniques pourraient constituer un autre indicateur de diversité. Le volume 1 du comité précédent du Sénat sur les moyens de communication de masse comportait des chapitres sur ces publications. Des recherches ponctuelles m'ont permis de constater que la Bibliothèque nationale avait reçu 130 journaux

some research. Interestingly, some may be split runs of foreign publications, and if so, ineligible for the tax deductibility by Canadian advertisers.

The issue of concentration in regional markets, such as Vancouver, if it is a problem, will be alleviated if existing news sources do not supply satisfactory coverage that reflects what the audience wants. An entry by new firms will be encouraged or consumers will migrate to alternative sources that are now available due to technology, and the existing firms will lose circulation and then advertising revenue.

Removing policies that discourage entry by foreign firms would provide increased competition. In a recent report of the House Industry Committee, that policy is being proposed with respect to ownership in telecommunications and broadcasting and, if I recall, satellite. It is anticipated that the Heritage Committee may well come up with a different recommendation.

I would favour relaxing those rules in the interests of attracting more capital to the sector. Failure to do so will make them increasingly irrelevant if audiences migrate to some of the other sources that are currently available, and which I have outlined, in terms of the changing technology.

**The Chairman:** Thank you. These are important issues.

In your discussion of concentration, you said that daily newspaper operations are experiencing financial difficulty; profitability is low or non-existent. Everyone knows about the enormous sums of money that have been lost, at least to date, by the *National Post*. There have been suggestions on occasion that *The Globe and Mail* is not in great financial health, although I do not know whether those are accurate or not.

This committee heard testimony from the former publisher of the *Ottawa Citizen* to the effect that local newspapers are extremely profitable. I wonder if you took that into account in your analysis.

**Mr. Maule:** I was dealing more with the national newspapers. Again, I think we know something about the *National Post*. We hear rumours with respect to *The Globe and Mail*. I was checking on Torstar for the profitability of their newspaper operations relative to others. In the current report, it appears to be quite good, but in some of the previous years it seems to me that overall, Torstar's profitability has mainly come from its non-newspaper, book publishing operations, and particularly the success it has had with Harlequin books.

You are correct that some of the local newspapers are more profitable in this regard. I would suspect that some of the neighbourhood newspapers are also. Judging by the neighbourhood I live in, they are getting fatter all the time, and

ethniques rédigés dans près de 35 langues en 2003. Leur tirage et les recettes publicitaires ne sont pas indiqués mais devraient être accessibles, avec un peu de recherche. Certains d'entre eux peuvent être des tirages des doublés de publications étrangères et, dans ce cas, seraient inadmissibles en théorie à la déduction fiscale pour les annonceurs canadiens.

La question de la concentration dans les marchés régionaux, comme Vancouver, si elle pose problème, sera atténuée si les sources existantes de nouvelles ne fournissent pas une couverture satisfaisante qui reflète les désirs des auditeurs. L'accès de nouvelles entreprises en sera encouragé ou les consommateurs migreront vers d'autres sources qui sont maintenant accessibles grâce à la technologie, et les entreprises existantes perdront leur tirage et leurs recettes publicitaires.

L'élimination des politiques qui découragent l'accès des entreprises étrangères favoriserait la concurrence. Dans un rapport récent, le Comité permanent de l'industrie de la Chambre a proposé de supprimer les restrictions applicables à la propriété étrangère dans les industries des télécommunications et de la diffusion, et si je me souviens bien, dans le secteur des satellites. On s'attend à ce que le Comité du patrimoine présente une recommandation bien différente.

Je serais en faveur d'assouplir ces règles dans le but d'attirer davantage d'investissements dans ce secteur. Si cela ne se fait pas, ces entreprises vont perdre leurs lecteurs, parce que ces derniers vont être attirés par les autres sources qui existent actuellement, et que j'ai décrites, grâce aux nouvelles technologies.

**La présidente:** Merci. Ce sont là des questions importantes.

Lorsque vous avez parlé de la concentration des journaux, vous avez dit que les quotidiens connaissaient des difficultés financières, qu'ils étaient peu ou pas rentables. Tout le monde est au courant des sommes d'argent considérables que le *National Post* a perdues, du moins jusqu'à aujourd'hui. Certains affirment que la situation financière du *Globe and Mail* n'est pas très bonne, même si je ne sais pas si ces affirmations sont exactes ou non.

Le comité a entendu l'ancien éditeur de l'*Ottawa Citizen* qui a déclaré que les journaux locaux étaient très rentables. Je me demande si vous avez tenu compte de cet aspect dans votre analyse.

**M. Maule:** Je m'intéressais davantage aux quotidiens nationaux. Là encore, je pense que nous savons pas mal de choses au sujet du *National Post*. Nous avons entendu des rumeurs concernant le *Globe and Mail*. J'ai vérifié la rentabilité du secteur des journaux par rapport aux autres secteurs exploités par Torstar. Dans leur dernier rapport, cette rentabilité semble excellente, mais au cours des années antérieures, il semble que les bénéfices de Torstar proviennent principalement de ses activités dans le domaine de l'édition de livres, en particulier grâce au succès qu'il a eu avec les livres Harlequin, et non pas avec les journaux.

Vous avez raison de dire que certains journaux locaux sont plus rentables. Je pense que certains journaux de quartier le sont aussi. Si je juge d'après le quartier où je vis, ces journaux sont de plus en plus épais, et pas seulement grâce aux nouvelles mais aussi aux



not just with news stories but with advertising as well. The small and local newspapers like that do seem to be doing quite well. They are certainly the place where Canadian stories can be communicated to Canadians at a local level.

I would very much support further research into that segment of the daily newspaper market.

**The Chairman:** Just to clarify, when I asked about local newspapers, I was not talking about the small community papers. I was talking about papers like the *Ottawa Citizen* and *The Vancouver Sun*.

Honourable senators, my parochialism may be showing here, but you should know that this day, the *Montreal Gazette* is celebrating its 225th anniversary.

**Senator Graham:** Thank you to the witness. He too is proving very interesting. I do not know how we will ask all of our questions in the time that we have remaining.

You used the example of Torstar with regard to profitability. Would you agree that perhaps Torstar might have suffered a setback with the advent of the *National Post*, but that it has since rebounded from a profitability point of view?

**Mr. Maule:** I have not analyzed the circulation figures of the major daily newspapers in recent months, but I would think, as a sort of competitive response, that would be quite natural. When a new entrant comes in and takes away some of the readership, the incumbents in the market will then look at ways to restore what would be declining circulation, and therefore it would not be surprising that new management might go in, new editorial staff and so on, and try to win back some of the loss of support.

It indicates to me that in that particular market, because Torstar is local to the Toronto region, the competitive forces are at work and the circulation figures should reveal what is in fact happening there.

**Senator Graham:** I have to question you closely on one assertion you made. That is, that you were brought up with BBC radio, and you were recalling Lord Reith. Even I could not make the claim that I was able to listen to the BBC in the early 1930s. I am astonished. That is quite an achievement, if indeed you were referring to the BBC at that time, or was it just a reference to the way that His Lordship controlled the outlet?

**Mr. Maule:** I was referring to the fact that part of those years did overlap with my ability to switch a wireless receiver on or off at that particular time. However, the legacy of Lord Reith led to other rather strong personalities as directors general of the BBC, and that continued, of course, throughout the war and the early post-war period, when I was an avid listener, Senator Graham.

It is also interesting to remember that wartime news broadcasts of the BBC were essentially written by the Foreign Office, or certainly approved by the Foreign Office, who were controlling the type of information that would be available to the public. If the British public had really known how bad the situation was in

annonces publicitaires. Les journaux locaux et de quartier de ce genre semblent avoir d'excellents résultats financiers. Ils représentent le moyen de communiquer, au niveau local, aux Canadiens des nouvelles canadiennes.

J'aimerais beaucoup que l'on fasse davantage de recherche dans ce segment du marché des quotidiens.

**La présidente:** Une précision, lorsque j'ai posé une question au sujet des journaux locaux, je ne pensais pas aux journaux communautaires. Je pensais à des journaux comme l'*Ottawa Citizen* et le *Vancouver Sun*.

Mesdames et messieurs, je suis peut-être un peu chauvine mais je dois vous signaler que la *Montreal Gazette* célèbre aujourd'hui son 225<sup>e</sup> anniversaire.

**Le sénateur Graham:** Merci au témoin. Lui aussi est très intéressant. Je ne sais pas comment nous allons pouvoir lui poser toutes les questions que nous souhaitons dans le temps qui nous reste.

Vous avez utilisé l'exemple de Torstar pour ce qui est de la rentabilité. Ne pensez-vous pas que Torstar a peut-être subi un contre-coup négatif de l'arrivée du *National Post* mais qu'il a depuis retrouvé sa rentabilité?

**M. Maule:** Je n'ai pas analysé les chiffres du tirage des principaux quotidiens canadiens ces derniers mois mais cela me paraît un effet naturel de la concurrence. Lorsqu'une nouvelle entreprise arrive sur le marché et s'approprie une partie des lecteurs, les autres journaux cherchent des façons de retrouver leur tirage antérieur, et il n'est donc pas surprenant de voir des changements dans la direction, dans l'équipe éditoriale, pour essayer de récupérer une partie des lecteurs.

Cela m'indique que dans ce marché particulier, parce que Torstar exerce ses activités dans la région de Toronto, les forces de la concurrence se font sentir et que le chiffre des tirages devraient montrer ce qui se passe réellement dans ce secteur.

**Le sénateur Graham:** Je dois vous interroger de façon très précise au sujet d'une affirmation que vous avez faite. Vous avez dit que vous aviez été élevé avec la radio BBC et que vous vous souvenez de lord Reith. Étant donné que je ne peux pas affirmer que j'écoutais la BBC au début des années 30, et je suis très surpris. C'est une excellente chose, si vous faisiez effectivement référence à la BBC de cette époque et non référence à la façon dont lord Reith contrôlait les programmes?

**M. Maule:** Je faisais référence au fait qu'une partie de ces années correspondait à l'époque où j'étais capable d'allumer et d'éteindre un poste de T.S.F. Cependant, lord Reith a laissé un héritage qui a amené de fortes personnalités à assumer le poste de directeur général de la BBC, ce qui s'est poursuivi, bien sûr, pendant la guerre et au début de l'après-guerre, à l'époque où j'écoutais beaucoup la radio, sénateur Graham.

Il est également intéressant de rappeler que les nouvelles de la BBC en temps de guerre étaient pratiquement rédigées par le Foreign Office, ou certainement approuvées par lui, parce qu'il contrôlait les informations destinées à la population. Si les Britanniques avaient vraiment su que la situation était aussi grave

1942, up until the time of the North Africa campaign, they would have been severely demoralized, or more demoralized than they had been. Therefore, there was public broadcasting in a wartime period, but it was in fact controlled by the government of the day.

**Senator Graham:** I have to confess, Madam Chair, that I was a bit of a radio junky when I was growing up, and sometimes late in the evening I kept twirling the dial to see what strange and wonderful sounds I could get from other countries. I share your sentiments.

One witness — I was not here at the time, but the record shows — proposed a national public daily newspaper, sort of a print CBC. Do you have any comment on the economics of such a proposal or the desirability of having a national public daily newspaper, publicly financed?

**Mr. Maule:** Let me answer the second part first, about the economics or the business model that I think would be employed. It would depend upon advertising and circulation revenue, and if it were like other daily newspapers, that would be a 70/30 split, or something within that area. If that were not adequate to finance the operation of the newspaper, then it would require a subsidy from government. The business model, if that were the one chosen, would depend upon the circulation and therefore the number of people who would purchase this newspaper.

The shrinking audience share of CBC English-language television does not point to an optimistic economic future for such an operation unless the subsidy made up for any deficit on the revenues from the other side. The business model does not look promising, net of any subsidy that the government might provide.

On the general desirability of a publicly owned daily newspaper, to me it really smacks of more autocratic forms of government, some of which in fact have their own daily newspapers. I would expect that to be a model that one would find in — and I hate to name countries here — North Korea or Myanmar or somewhere like that.

Even in places with which I have some familiarity, such as Malaysia, the public daily newspaper is privately owned, but it is the mouthpiece for the government of the day. I do not support that proposal or recommendation, either for business model reasons, or for the way it would be viewed and might well be operated.

**Senator Phalen:** This question has been asked of other witnesses and we received different answers. You stated, under "Public broadcasting," and I am quoting, "I do not share the views that print and broadcast journalism is viewed by many Canadians as being highly credible..."

Would you see the education of journalists as the underlying cause of the problem?

en 1942, jusqu'au début de la campagne d'Afrique du Nord, ils auraient été très démoralisés, ou du moins plus démoralisés qu'ils l'étaient. Il y a donc eu des diffuseurs publics pendant la guerre, mais leurs programmes étaient contrôlés par le gouvernement.

**Le sénateur Graham:** Je dois avouer, madame la présidente, que j'étais un peu un fan de la radio dans ma jeunesse, et qu'il m'arrivait parfois de jouer avec les boutons tard le soir pour voir le genre de bruits étranges et merveilleux que je pouvais obtenir de postes lointains. Je partage vos sentiments.

Un de nos témoins, et je n'ai pas assisté à son témoignage mais il figure au compte rendu, a proposé la création d'un quotidien national public, une sorte de version imprimée de la CBC. Avez-vous des commentaires à faire sur les aspects économiques d'un tel projet ou sur l'idée d'avoir un quotidien national, financé par l'État?

**M. Maule:** Permettez-moi de répondre d'abord à la seconde partie de votre question, les aspects économiques ou le modèle commercial qui serait utilisé. Tous les quotidiens dépendent des recettes provenant de la publicité et des ventes, et s'il ressemblait aux autres quotidiens, cela représente un partage 70/30, ou quelque chose du genre. Si les recettes ne suffisaient pas à financer le fonctionnement du journal, il faudrait alors qu'il reçoive des subventions du gouvernement. Un modèle commercial, s'il était retenu, dépendrait des ventes, et donc, du nombre des personnes qui sont prêtes à acheter le journal.

La cote d'écoute de la télévision CBC ne fait que diminuer, ce qui ne permet pas d'envisager avec optimisme l'avenir économique d'une telle entreprise, à moins que les subventions ne compensent les déficits provenant de l'insuffisance des recettes. Le modèle commercial ne semble guère prometteur, à moins que le gouvernement ne soit prêt à le subventionner en cas de besoin.

Sur la question plus générale de l'opportunité d'avoir un quotidien public, je dirais que cela me rappelle des formes de gouvernement autocrate, dont certains ont effectivement leur propre quotidien. Je m'attendrais à voir un tel modèle dans des pays comme, et là je n'aime pas beaucoup citer des noms, la Corée du Nord, le Myanmar, ou des pays du même genre.

Même dans les endroits que je connais un peu, comme la Malaisie, le quotidien appartient à une entreprise privée, mais il est le porte-parole du gouvernement. Je ne suis donc pas en faveur de cette proposition ou recommandation, que ce soit pour des motifs reliés au caractère commercial de l'entreprise, ou pour la façon dont elle pourrait être considérée et pourrait fort bien être exploitée.

**Le sénateur Phalen:** Cette question a été posée aux autres témoins et nous avons obtenu des réponses différentes. Vous avez déclaré dans la section «Radio-télévision publique» et je cite «Je ne suis pas d'accord avec l'affirmation selon laquelle le journalisme écrit et parlé est considéré par beaucoup de Canadiens comme étant très crédible [...]»

Pensez-vous que ce soit la formation des journalistes qui soit à l'origine du problème?



**Mr. Maule:** I have read the testimony of people who are much more concerned with the education of journalists in universities. Having had some access to them in my former teaching career, I did find that they tended to be thin on history, on economics, which was my subject, on international affairs generally, and on the ability to express themselves in writing.

I think that people who go into the profession of journalism should not go directly to journalism schools, but should have a general education background in history, economics, politics, science, whatever it may be. Then, in order to develop their skills as a journalist, they should start off as an apprentice or work as an intern on a newspaper before graduating to fully paid journalist.

If I were developing a curriculum for journalism, which I have never done, that is the way I would go. There is certainly some room for improvement in the training of journalists.

**Senator Phalen:** Could I follow up on that? You say "some improvement," but then why do you believe that it is not highly credible? What is the solution? What is the answer?

**Mr. Maule:** In that section, I am thinking of traditional print and broadcast journalism. The competition that is coming as a result of new technology will enforce or encourage better reporting and better interpretation and editorial writing. That will hopefully raise the level and credibility of journalism in the traditional media.

There are new competitive forces out there that may help to raise credibility above the level at which I think it is currently.

One of the interesting developments was the rise of the anti-globalization movement, starting with the negotiations on the Multilateral Agreement on Investment, then at the WTO at Seattle, and afterwards at any international meeting. These people used non-traditional media to inform and educate each other. They created more pressure on the traditional sources of the media, that is, print and broadcast, to improve their reporting on and interpretation of events. It is almost a sea change that is occurring at the present time as a result of the technology.

Therefore, I would look at any way to increase competition, which I think is already happening, that would help to restore some of the credibility. Some of the things that happened at *The New York Times* are just mind-boggling. They raise questions almost of corporate governance, of how the senior managers and editors of the newspaper deal internally with their employees, and what pressure there is on them to change that. I think that has done tremendous damage, outside of the United States, to the credibility of traditional newspapers.

**M. Maule:** J'ai lu le témoignage de personnes qui s'occupent de plus près que moi de la formation donnée aux journalistes par les universités. J'en ai rencontré au cours de ma carrière de professeur et j'ai effectivement constaté qu'ils n'étaient pas très forts en histoire, en économie, qui était mon sujet, d'une façon générale, en affaires internationales et qu'ils n'avaient pas beaucoup d'aptitude à s'exprimer par écrit.

Je pense que les gens qui veulent devenir journalistes ne devraient pas aller directement dans les facultés de journalisme mais obtenir d'abord une formation générale en histoire, en économie, en science politique, en science ou dans un autre domaine. Ensuite, pour développer leurs aptitudes de journaliste, ils devraient travailler comme apprenti dans un journal avant de devenir des journalistes pleinement rémunérés.

Si je devais élaborer un programme de journalisme, ce que je n'ai jamais fait, je procèderais de cette façon. Il est effectivement possible d'améliorer la formation que reçoivent les journalistes.

**Le sénateur Phalen:** Pourriez-vous m'en dire davantage? Vous parlez de la «possibilité d'améliorer» mais pourquoi pensez-vous que les journalistes ne sont pas très crédibles? Quelle est la solution? Quelle est la réponse?

**M. Maule:** Je pensais dans cette section au journalisme traditionnel de la presse écrite et de la radiotélévision. La concurrence qu'ont subie ces secteurs à cause de la nouvelle technologie va inciter les journalistes à mieux faire leur travail et va améliorer les articles publiés dans ce secteur. On peut espérer que cela va renforcer la crédibilité des journalistes des médias traditionnels.

Il existe aujourd'hui de nouvelles forces concurrentielles qui vont aider à donner davantage de crédibilité aux journalistes traditionnels.

Un nouvel aspect intéressant est l'apparition du mouvement anti-mondialisation, qui a commencé avec les négociations qui ont entouré l'Accord multilatéral sur l'investissement, qui a manifesté ensuite à la réunion de l'OMC à Seattle et par la suite, à toutes les réunions internationales. Ces personnes utilisent des médias non traditionnels pour s'informer et se former mutuellement. Elles ont réussi à créer des pressions sur les sources traditionnelles des médias, à savoir, la presse écrite et la radio et la télévision, pour qu'ils améliorent le compte rendu des événements et leur interprétation. Il se produit en ce moment un changement radical dans ce domaine à cause de la technologie.

C'est pourquoi j'utiliserais tous les moyens pour renforcer la concurrence, phénomène qui se développe de toute façon, de façon à renforcer la crédibilité des journaux. Il y a des choses qui se sont passées au *New York Times* qui dépassent tout simplement l'entendement. Elles soulèvent également des questions sur la gouvernance de cette entreprise, sur la façon dont la haute direction et l'éditeur du journal traitent leurs employés, et sur les pressions qu'ils subissent pour modifier la situation. Je crois que cette situation a considérablement nui, à l'extérieur des États-Unis, à la crédibilité des journaux traditionnels.

To answer your question, my hope is that the experimental use that people are making of the new technology will introduce competition and raise the level of credibility of what I call the "traditional" print and broadcast journalism.

**The Chairman:** Even though *The New York Times* surely does not need my help, let me offer the alternative view that the reason the Jason Blair case, if that was his name, made such news was because it was a case of man biting dog. It was the exception rather than the rule.

**Senator Spivak:** I think your idea of a curriculum for journalists is excellent. I would hope that would be one of our recommendations, but it is not likely to happen. I want to challenge your view of whether that contributes to credibility. People intuitively know — and I agree with you about the Internet — that a newspaper is now less than an institution for education than for entertainment and business. The reason we have so much sensationalism and poor reporting is the priorities that the owners, who are usually titans, place on being profitable. They are not profitable anyway. Do you not think that is the real reason that they are not credible? As my colleague mentioned, all those stories in the tabloids that everyone knows are not true are published to sell newspapers — and they do.

**Mr. Maule:** If you are a newspaper owner, you have to be concerned about circulation. It is unfortunate that sensational and contrived events may attract readers, who in turn will attract advertisers. We are looking at that again in terms of the traditional newspapers. If that is the only place people can go —

**Senator Spivak:** Or television?

**Mr. Maule:** Or television, but that is not the only place that they appear to be going currently. We see that the circulation of daily newspapers as a proportion of households is declining. We know that average hours of television viewing are also on the decline. Therefore, the question to examine is where these people are going or what they are doing with their time. Is some of that time spent going to Web sites where they can be informed, or are they merely looking for more entertainment in a different medium?

To go back to my original point, I think this committee needs to look at the impact of technology on the media, the traditional boundaries of the media and ask if that is the way the media should be defined today. If it is not, then how have the borders changed and how is competition taking place between traditional and newer forms of the media?

Even in the traditional forms, all newspapers and broadcasters have Web sites that are competing with each other. As a footnote, that is an interesting development, because broadcasters are regulated on their over-the-air service, but not on their Web sites. Newspapers are not regulated in the same way as broadcasters, either for their print copy or for their Web sites.

Pour répondre à votre question, j'espère que l'utilisation expérimentale des nouvelles technologies va renforcer la concurrence et améliorer la crédibilité de ce que j'appelle le journalisme «traditionnel».

**La présidente:** Je suis sûre que le *New York Times* n'a pas besoin de mon aide mais je me permets de suggérer que l'on peut également dire que, si l'affaire *Jason Blair*, si c'est bien son nom, a fait autant de vagues, c'est parce que c'était un cas exceptionnel, et non pas généralisé.

**Le sénateur Spivak:** Je pense que votre idée d'un programme de journalisme est excellente. J'espère que cela pourrait figurer dans nos recommandations, même si cela est peu probable. Je conteste votre point de vue selon lequel cela contribue à la crédibilité. Les gens savent intuitivement, et je suis d'accord avec vous au sujet de l'Internet, qu'un journal est aujourd'hui moins un moyen de formation qu'un produit axé sur le loisir et le commerce. Si nous avons autant de sensationnalisme et de mauvais articles, c'est parce que les propriétaires, qui sont habituellement de grands pontes, recherchent avant tout le profit. Ces journaux ne sont pas rentables de toute façon. Ne pensez-vous pas que c'est là la véritable raison de leur manque de crédibilité? Comme l'a mentionné mon collègue, toutes les histoires qui sont publiées dans les tabloïdes et dont tout le monde sait qu'elles sont fausses sont simplement publiées pour vendre du papier, et elles le font.

**M. Maule:** Si vous êtes propriétaire d'un journal, vous devez nécessairement vous intéresser au tirage. Il est regrettable que les événements sensationnels et faussés attirent les lecteurs, qui attirent à leur tour les annonceurs. Nous examinons cette situation par rapport aux journaux traditionnels. Si c'est la seule place où les gens peuvent...

**Le sénateur Spivak:** Ou la télévision?

**M. Maule:** Ou la télévision, mais ce n'est pas la seule place qu'ils semblent fréquenter à l'heure actuelle. Nous constatons que le pourcentage des foyers où l'on lit un quotidien est en diminution. Nous savons que le nombre d'heures consacré en moyenne à la télévision est également en train de diminuer. La question qu'il faut donc se poser est celle de savoir où vont ces personnes ou ce qu'elles font de leur temps. Est-ce qu'une partie de ce temps consiste à visiter des sites Web où ils trouvent de l'information ou recherchent-ils tout simplement à se divertir autrement?

Pour revenir à ma remarque initiale, je pense que votre comité doit étudier l'effet de la technologie sur les médias, sur les limites traditionnelles entre les médias et se demander si c'est bien la façon dont les médias doivent être définis aujourd'hui. Si ce n'est pas le cas, il faut alors se demander comment ces limites se sont déplacées et comment les nouveaux médias concurrencent les médias traditionnels.

Même les médias traditionnels, les journaux et les diffuseurs, ont des sites Web qui se concurrencent. Je signale que c'est là une évolution intéressante parce que les diffuseurs sont réglementés lorsqu'ils utilisent les ondes mais pas lorsqu'ils exploitent les sites Web. Les journaux ne sont pas réglementés de la même façon que les diffuseurs, que ce soit pour les éditions papier ou pour leurs sites Web.



Now you have competition taking place between a regulated and a non-regulated entity. We do not know what the hits on the Web sites are. We do know that a survey by Statistics Canada of the use made of the Internet found that the second most important use, after shopping, et cetera, is news and public affairs Web sites.

**The Chairman:** Professor Maule, I am not trying to cut you off here because what you are saying is fascinating, but I wanted to warn everyone that we only have 10 minutes left. We have a very patient senator who has been yearning to put a question to you.

**Mr. Maule:** Let me stop right there.

**Senator Day:** My colleagues are asking a lot of the questions that I had from your presentation, Professor Maule. I thank you for that. The way you started out with "When old technologies were new," that publication that you referred to, and the effect of new technologies is fascinating. We see that in the United States now they are going through the debate, not unlike in Canada, of whether the old rules are necessary any longer and serve any purpose in terms of concentration in ownership and cross-ownership. That kind of debate is going on as we speak, and the House of Commons, to which you have referred, issued a report that talks about foreign ownership issues. Maybe those rules could be relaxed and diversity encouraged. That is what we are really seeking, integrity and diversity, and trying to determine how the public can be best served.

You commented on the BBC, and how in spite of all the rules to protect the public broadcaster in the U.K., competition did come in. Then I say, maybe we do not need any rules at all. Especially with all this new technology, maybe it should be a wide-open market. Then I look at the numbers and see that the BBC still has 40 per cent. Was that because of the stringent rules they had? Canada's public broadcaster only has seven per cent of the market.

There is another part to my question. I will put it all together and ask for your comment. I am like you, maybe a little more concerned than our chair about the *New York Times* situation, and I am wondering about the CNN revelation that they withheld stories in order to maintain their position in Baghdad, which was very important from a commercial point of view.

Is this not all symptomatic of what we have seen on the corporate governance side, with Enron, filtering down into other areas? If so, will competition really achieve what you say it will? Competition is driven by commercial realities. Much of this difficulty that we are seeing now is a result of commercial pressures. Can we regulate against this, or will we have to accept the fact that the media are not as pure as we had hoped, expected, and felt they were in the past?

Il existe donc aujourd'hui une concurrence entre des entités réglementées et des entités non réglementées. Nous ne connaissons pas le nombre des personnes qui visitent les sites Web. Nous savons toutefois que, selon une enquête de Statistique Canada au sujet de l'utilisation de l'Internet, la destination qui arrive au second rang, après les achats et le reste, ce sont les sites Web consacrés aux nouvelles et aux affaires publiques.

**La présidente:** Monsieur Maule, je n'essaie pas de vous couper la parole parce que je trouve fascinant ce que vous dites mais je tiens à signaler à tout le monde qu'il ne nous reste que 10 minutes. Nous avons un sénateur très patient qui veut vous poser une question depuis longtemps.

**M. Maule:** Je m'arrête immédiatement.

**Le sénateur Day:** Mes collègues ont posé la plupart des questions que votre exposé m'avait suggérées, monsieur Maule. Je vous en remercie. Je trouve fascinant que vous ayez commencé par citer le livre intitulé «When old technologies were new» (Au temps où les anciennes technologies étaient de nouvelles technologies), et que vous ayez parlé de l'effet des nouvelles technologies. Nous constatons qu'on se demande aux États-Unis si les anciennes règles sont encore utiles, compte tenu de la concentration de la propriété et de la propriété croisée, problème qui n'est pas très différent de celui qui se pose au Canada. On continue à se poser cette question et la Chambre des communes, à laquelle vous avez fait référence, vient de publier un rapport qui parle des questions reliées à la propriété étrangère. On devrait peut-être assouplir ces règles et favoriser la diversité. C'est en fait ce que nous recherchons, intégrité et diversité, en vue de déterminer ce qui servirait le mieux la population.

Vous avez fait des commentaires sur la BBC et sur le fait que malgré toutes les règles destinées à protéger le diffuseur public du Royaume-Uni, cela n'a pas empêché la concurrence. Je dirais peut-être alors qu'il ne faudrait pas imposer de règles du tout. En particulier, avec toute cette nouvelle technologie, ce devrait être un marché complètement ouvert. Je regarde par contre les chiffres et constate que la BBC a encore une cote d'écoute de 40 p. 100. Est-ce que cela vient des règles assez strictes qui ont été adoptées? Le diffuseur public canadien n'a que 7 p. 100 du marché.

Ma question comporte une autre partie. Je vais la terminer et vous demander ensuite de me donner vos commentaires. Je suis comme vous, je m'inquiète un peu plus que notre présidente de la situation du *New York Times* et je me pose des questions au sujet de la révélation faite par CNN qu'il avait supprimé des nouvelles pour conserver leur homme à Bagdad, un aspect qui était très important du point de vue commercial.

Tout cela n'est-il pas symptomatic de ce que nous avons vu du côté de la gouvernance des entreprises, avec Enron, et montre que cela se propage à d'autres secteurs? Si c'est bien le cas, on peut se demander si la concurrence aura vraiment l'effet que vous pensez? La concurrence est basée sur les aspects commerciaux. Une bonne partie des difficultés que nous constatons actuellement s'explique par les pressions commerciales. Est-il possible de réglementer cette situation ou devons-nous accepter le fait que les médias ne sont pas aussi purs que nous l'espérons, et que nous le pensions?

**Mr. Maule:** Part of my career was teaching industrial organization and competition policy. I am very aware of corporate wrongdoing, if you like, in the competition sphere. I do not think what you see in the media is a unique situation. We have seen it in Enron, telecommunications and a number of areas where there are problems of corporate governance.

I think that some form of oversight, whether it is press councils or a broadcasting standards council, of which we have one in Canada, is probably one of the necessary adjuncts, as well as things like competition policy in order to provide a regulatory framework for the media; and I think there will have to be a regulatory framework for the Internet, which was a question raised by the previous witness.

There will not be, or should not be, in my view, the traditional sort of Canadian content rules for the Internet as we have in broadcasting. The CRTC has more or less said that that should not be the case. However, there will need to be standards of decency and upholding of social standards for material that is circulated and transmitted over the Internet. For the reasons you spoke of, that is very difficult to accomplish nationally. It will have to be done through some international cooperation, in the same way as we manage the routing of airlines so we do not have crashes; we have an international organization for that. There will have to be international standards on social decency, violence and pornography on the Internet, but it will have to be that type of control. Yes, there will have to be some sort of regulatory framework for the media, and deciding exactly what that will be is part of the challenge you may have to face.

On the first question, of why has the BBC been so successful relative to the CBC if we use audience shares as a measure, I think much of that has to do with the source of funding. People recognize that the BBC, the public broadcaster, was given a special mandate from the government to do certain things. As long as it did those certain things reasonably well, it would retain financial support from the government, which it gets on a particular type of funding basis. It was unfortunate that Canada chose a different route at the outset, of using private as well as public funding for the CBC, because then it had two bosses. It had the government on one hand and the commercial market on the other, and it never really knew how it would satisfy both of them.

I spent a year in Australia, and the Australian Broadcasting Corporation is funded solely by government. It has a lot more public support in Australia than CBC television has — and I make a distinction — in Canada. I believe that has to do with the funding mechanism.

The BBC also went into the commercial market through BBC International. It made a decision to actively sell its programs abroad. It does not only sell the programs, because there are commercials included in those particular programs. Therefore, it sneaked in a commercial route for funding and has been very entrepreneurial in selling its programs abroad. We see BBC news,

**M. Maule:** J'ai consacré une partie de ma vie professionnelle à enseigner l'organisation industrielle et les politiques en matière de concurrence. Je suis très au courant des agissements des entreprises, si vous me permettez d'utiliser ce mot, dans le domaine de la concurrence. Je ne pense pas que le cas des médias soit unique. Nous avons vu cela avec Enron, dans les télécommunications, et dans certains domaines où il existe des problèmes de gouvernance d'entreprise.

Je pense qu'il faut un organisme de surveillance, qu'il prenne la forme d'un conseil de presse ou d'un conseil des normes en matière de la radiodiffusion, comme celui que nous avons au Canada, ainsi que de politiques en matière de concurrence pour fournir un cadre réglementaire aux médias. Je pense qu'il faudra également prévoir un cadre réglementaire pour l'Internet, une question qui a été soulevée par le témoin précédent.

Les règles traditionnelles canadiennes en matière de contenu que nous avons dans le domaine de la radiotélédiffusion ne s'appliqueront pas à l'Internet. Le CRTC a plus ou moins déclaré que cela ne serait pas le cas. Il faudra néanmoins adopter des normes de comportement acceptables et veiller à ce que le matériel diffusé et transmis sur l'Internet respecte certaines normes sociales. Pour les raisons dont vous avez parlé, il est très difficile d'y parvenir à l'échelle nationale. Cela exige une collaboration internationale, de la même façon que nous négocions les couloirs aériens pour ne pas avoir d'accidents; il y a un organisme international qui s'en occupe. Il y aura des normes internationales sur la violence, la pornographie sur l'Internet, mais il faudra un certain contrôle. Oui, il faudra mettre en place un cadre réglementaire pour les médias, et délimiter avec précision la nature de ce cadre fait partie du défi auquel vous faites face.

Pour revenir à la première question, à savoir pourquoi la BBC obtient de bonnes cotes d'écoute comparées à la CBC, je crois que cela vient principalement de son financement. Les gens savent que la BBC, le diffuseur public, a reçu une mission spéciale du gouvernement et qu'elle doit faire certaines choses. Tant qu'elle s'acquitte correctement de sa mission, elle bénéficie du soutien financier du gouvernement, qui se traduit par un certain type de financement. Il est regrettable que le Canada ait choisi dès le départ une autre orientation, celle consistant à utiliser à la fois le financement public et le financement privé pour CBC, parce que cela l'oblige à contenter deux chefs. Il y a le gouvernement d'un côté, et le marché de l'autre, et cette organisation n'a jamais réussi à satisfaire les deux.

J'ai passé une année en Australie, et la Australian Broadcasting Corporation est uniquement financée par le gouvernement. Cet organisme bénéficie d'un large appui au sein de la population australienne, bien supérieur à celui dont jouit la CBC, et là, je fais une distinction, au Canada. Je pense que cela vient du mécanisme de financement.

La BBC s'est également lancée dans le commerce avec la BBC International. Elle a pris la décision de vendre ses émissions à l'étranger. Elle ne vend pas uniquement des émissions, parce qu'il y a des annonces publicitaires qui font partie de ces émissions. Elle a donc choisi une façon détournée d'obtenir un financement commercial et elle a fait preuve de beaucoup d'initiative pour



but there is now also a BBC Canada. They have a regional edition of the BBC in Canada and elsewhere. It is the split-run model, but in this case, in broadcasting.

I hope that addresses two of your questions.

**Senator Day:** I thank you very much for your comments. We are just exploring ideas and you have given us a lot to think about. I appreciate your time.

**The Chairman:** I will sneak in a supplementary question in regard to the BBC and the CBC.

One thing I have been turning over in my mind is the difference in context between the two, and one thing that comes immediately to mind is that Canadians, from the beginning, had instant access to huge broadcasting enterprises located in a neighbour that spoke the same language that most of them spoke.

There was no such neighbour vying with the BBC for the attention of British audiences. Is that relevant, or do you think I should forget that particular element?

**Mr. Maule:** I would feed that into your analysis of the differences in how the BBC and the CBC evolved. However, I would also then want to question why and how the BBC decided to break out of its domestic market and go international, whereas the CBC always seemed to me to be defending itself and its operation within the domestic market. Although there was a time, you will recall, when Mr. Juneau was head of the CBC, that he made a strong effort to sell CBC programming via satellite; and some goes into the U.S. market.

I think it is a mistake to always think that the size of our market and the proximity to the U.S. is a detriment to development. In fact, if we look outwards and say that is a market in which we could sell a product in the same language, it is in fact an enormous benefit.

Let me footnote that by saying that if you look at what is happening in the entertainment media, at Alliance Atlantis and Lions Gate Films and so on, what are they doing? Increasingly, a larger proportion of their total revenue is coming from export earnings, and particularly from the U.S. They are outward-looking and saying, "We cannot make money in the small Canadian market, but we can if we access the world English-speaking market and if we dub it for other language markets as well."

We should look at proximity as being a potential benefit to Canada if we exploit it in the right way. Private enterprises are increasingly doing that.

**The Chairman:** Thank you very much, Professor Maule. These are enormously complex issues that you have raised and made us think about.

vendre ses programmes à l'étranger. Il y a les nouvelles BBC, il y a maintenant également BBC Canada. La BBC diffuse une édition régionale au Canada et ailleurs. C'est le modèle dédoublé, mais dans ce cas-ci, dans le domaine de la radiodiffusion.

J'espère que cela répond à deux de vos questions.

**Le sénateur Day:** Je vous remercie de vos commentaires. Nous sommes en train d'explorer toutes sortes d'idées et vous nous avez donné beaucoup à réfléchir. Je vous remercie de nous consacrer votre temps.

**La présidente:** Je vais poser en vitesse une question supplémentaire concernant la BBC et la CBC.

Il y a un aspect auquel je réfléchis, c'est la différence qui existe entre les deux sur le plan du contexte; il y a une chose qui vient immédiatement à l'esprit, c'est que les Canadiens ont toujours eu accès à d'autres sources de diffusion situées dans un pays voisin qui parlait leur langue.

Il n'y avait pas de pays voisin qui faisait concurrence à la BBC pour avoir l'attention des audiences britanniques. Est-ce là un aspect pertinent ou pensez-vous que je ne devrais pas en tenir compte?

**M. Maule:** Je pense que votre analyse des différences constatées entre la façon dont a évolué la BBC et la CBC devrait tenir compte de cet aspect. Néanmoins, je me demanderais aussi pourquoi la BBC a décidé de quitter son marché national et de se lancer sur le marché international alors que la CBC s'est toujours contentée de son marché national. Il y a bien eu une époque, vous vous en souvenez, où M. Juneau était à la tête de la CBC et cette société avait fait beaucoup d'efforts pour vendre ses émissions par satellite; une partie de ses programmes sont reçus aux États-Unis.

Je crois que c'est une erreur de toujours penser que la taille de notre marché et la proximité des États-Unis nuisent à notre développement. En fait, si nous regardons vers l'extérieur et nous nous disons que c'est un marché dans lequel nous pouvons vendre un produit en utilisant la même langue, nous avons là un avantage considérable.

Permettez-moi de terminer en disant que, si vous regardez ce qui se passe dans l'industrie du divertissement, chez Alliance Atlantis et Lions Gate Films, et les autres, que font-ils? De plus en plus, une bonne partie de leurs recettes vient de l'exportation, en particulier des États-Unis. Ce sont des entreprises qui regardent vers l'extérieur et qui se disent: «Nous ne pouvons pas faire beaucoup de bénéfices au Canada parce que le marché est trop petit, mais nous pourrions en faire si nous nous lançons sur le marché anglophone mondial et si nous doublons nos émissions dans d'autres langues pour pénétrer d'autres marchés.»

La proximité des États-Unis devrait être considérée comme un avantage potentiel pour le Canada si nous l'exploitons correctement. Il y a de plus en plus d'entreprises privées qui le font.

**La présidente:** Merci, monsieur Maule. Vous avez soulevé des questions extrêmement complexes et vous nous avez fait réfléchir.

Senator Graham, I said 12 minutes ago that we had 10 minutes left. How quickly do you think you could put a question and how quickly does Professor Maule think he could respond?

**Senator Graham:** I am fascinated by what the professor said about the coverage of the Iraq war. You suggested that the reporting by the CBC on the Iraq war and Mideast politics is not balanced — or was it the BBC? You suggested that balanced and informed reporting came from the PBS Lehrer News Hour, which was co-founded by a famous Canadian who still spends his summers in Nova Scotia.

How would you rate and compare the coverage by CBC — I thought CBC did well under the circumstances, and I thought they were balanced — with that of ABC, CBS, NBC and CNN?

**Mr. Maule:** Madam Chair, I think I can exempt myself from answering that question because I did not watch all those channels. I am not a credible witness on that particular question, Senator Graham. I would have to spend all day watching the news; and even though I am retired, I do not do that.

**Senator Graham:** There is lots to criticize about the CBC, our public broadcast outlets, newspapers and so on, but I did feel that under the circumstances — and I tried as much as possible to watch the coverage, whether it was by CBS, ABC, NBC and CNN — the CBC did very well in providing balanced coverage.

**The Chairman:** Thank you very much. It has been a most thought-provoking session and we are grateful to you for taking the time to be here and to prepare, as you did, with great care.

Our next meeting will be on June 5, at 10:45 a.m. in room 160-S in the Centre Block.

[Translation]

Our witness will be Ms. Armande St-Jean, Professor of Literature and Communications at the University of Sherbrooke. She has recently produced a report written by the task force she was presiding. This taskforce had been set up by the government of Québec and was asked to reflect on the issues which we are working on. She should be a very interesting witness.

The committee adjourned.

Sénateur Graham, j'ai dit il y a 12 minutes qu'il nous restait 10 minutes. Êtes-vous capable de poser rapidement une question et M. Maule est-il capable de vous répondre également rapidement?

**Le sénateur Graham:** Je suis fasciné par ce que notre témoin a déclaré au sujet de la couverture de la guerre en Iraq. Vous avez mentionné que le compte rendu qu'a fait la CBC de la guerre en Iraq et des politiques au Moyen-Orient n'était pas équilibré, ou parliez-vous de la BBC? Vous avez dit que les reportages diffusés à l'émission Lehrer News Hour, de PBS, chaîne qui a été cofondée par un célèbre Canadien qui passe encore ses étés en Nouvelle-Écosse, étaient plus fouillés et plus équilibrés.

Comment comparez-vous la couverture qu'a faite la CBC, j'ai pensé que la CBC avait couvert cet événement relativement bien, compte tenu des circonstances, et qu'elle l'avait fait de façon équilibrée, avec celle d'ABC, CBS, NBC et CNN?

**M. Maule:** Madame la présidente, je crois que je peux m'abstenir de répondre à cette question parce que je n'ai pas regardé toutes ces chaînes. Je ne suis pas un témoin crédible pour cette question, sénateur Graham. Il aurait fallu que je passe toutes mes journées à regarder les nouvelles; je suis effectivement à la retraite, mais ce n'est pas ce que je fais.

**Le sénateur Graham:** Il a beaucoup de choses à critiquer au sujet de la CBC, notre chaîne publique, ainsi qu'au sujet des journaux mais je pense que, dans les circonstances, et j'ai essayé autant que possible de regarder ce que montraient les autres chaînes, CBS, ABC, NBC et CNN, CBC a couvert la guerre de façon très équilibrée.

**La présidente:** Merci. Nous avons eu une séance très stimulante et nous vous sommes reconnaissants d'avoir pris le temps de venir ici et d'avoir préparé un exposé bien conçu.

Notre prochaine réunion aura lieu à 10 h 45 le 5 juin, dans la salle 160-S de l'édifice du Centre.

[Français]

Notre témoin sera Mme Armande St-Jean, professeure de lettres et de communications à l'Université de Sherbrooke. Récemment, elle a terminé la rédaction d'un rapport élaboré par un groupe de travail qu'elle a présidé. Ce groupe de travail avait été nommé par le gouvernement du Québec et il réfléchissait sur les questions qui nous préoccupent. Elle devrait être un témoin intéressant.

La séance est levée.





*If undelivered, return COVER ONLY to:*  
Communication Canada – Publishing  
Ottawa, Ontario K1A 0S9

*En cas de non-livraison,  
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:*  
Communication Canada – Édition  
Ottawa (Ontario) K1A 0S9

#### WITNESSES

**Tuesday, May 27, 2003:**

*As an individual:*

Donna Logan, Director, School of Journalism, University of British Columbia.

*From The Fraser Institute:*

Patrick Luciani, Senior Fellow;

Neil Seeman, Senior Policy Analyst, and Director, Canadian Statistical Assessment Service.

**Thursday, May 29, 2003:**

*As individuals:*

Jamie Cameron, Professor, Osgoode Hall Law School, York University;

Pierre Trudel, Professor, L. R. Wilson Chair in Information Technology and Electronic Commerce Law, Public Law Research Centre, University of Montreal.

**Tuesday, June 3, 2003:**

*As individuals:*

Brian MacLeod Rogers, Lawyer;

Christopher Maule, Distinguished Research Professor, Department of Economics, and Norman Paterson School of International Affairs, Carleton University.

#### TÉMOINS

**Le mardi 27 mai 2003:**

*À titre personnel:*

Donna Logan, directrice, École du journalisme, Université de la Colombie-Britannique.

*Du l'Institut Fraser:*

Patrick Luciani, associé principal;

Neil Seeman, analyste principal de la politique et directeur, Canadian Statistical Assessment Service.

**Le jeudi 29 mai 2003:**

*À titre personnel:*

Jamie Cameron, professeure, Faculté de droit Osgoode Hall, Université York;

Pierre Trudel, professeur titulaire, chaire L. R. Wilson sur le droit des technologies de l'information et du commerce électronique, Centre de recherche en droit public, Université de Montréal.

**Le mardi 3 juin 2003:**

*À titre personnel:*

Brian MacLeod Rogers, avocat;

Christopher Maule, professeur de recherche émérite, Département d'économie et Norman Peterson School of International Affairs, Université Carleton.

19  
T83



Second Session  
Thirty-seventh Parliament, 2002-03

SENATE OF CANADA

---

*Proceedings of the Standing  
Senate Committee on*

## Transport and Communications

*Chair:*  
The Honourable JOAN FRASER

---

Tuesday, June 10, 2003  
Thursday, June 12, 2003

---

Issue No. 11

Deuxième session de la  
trente-septième législature, 2002-2003

SÉNAT DU CANADA

---

*Délibérations du Comité  
sénatorial permanent des*

## Transports et des communications

*Présidente:*  
L'honorable JOAN FRASER

---

Le mardi 10 juin 2003  
Le jeudi 12 juin 2003

---

Fascicule n° 11

**Eleventh and twelfth meetings on:**  
The current state of Canadian media industries

---

WITNESSES:  
(See back cover)

**Onzième et douzième réunions concernant:**  
L'état actuel des industries de médias canadiennes

---

TÉMOINS:  
(Voir à l'endos)





THE STANDING SENATE COMMITTEE  
ON TRANSPORT AND COMMUNICATIONS

The Honourable Joan Fraser, *Chair*

The Honourable Leonard J. Gustafson, *Deputy Chair*  
and

The Honourable Senators:

Adams	* Lynch-Staunton
* Carstairs, P.C.	(or Kinsella)
(or Robichaud, P.C.)	Merchant
Corbin	Oliver
Day	Phalen
Eyton	Ringuette
Graham, P.C.	Spivak

*\*Ex Officio Members*

(Quorum 4)

*Change in membership of the committee:*

Pursuant to rule 85(4), membership of the committee was amended as follows:

The name of the Honourable Senator Corbin substituted for that of the Honourable Senator LaPierre (*June 17, 2003*).

LE COMITÉ SÉNATORIAL PERMANENT  
DES TRANSPORTS ET DES COMMUNICATIONS

*Présidente:* L'honorable Joan Fraser

*Vice-président:* L'honorable Leonard J. Gustafson  
et

Les honorables sénateurs:

Adams	* Lynch-Staunton
* Carstairs, c.p.	(ou Kinsella)
(ou Robichaud, c.p.)	Merchant
Corbin	Oliver
Day	Phalen
Eyton	Ringuette
Graham, c.p.	Spivak

*\* Membres d'office*

(Quorum 4)

*Modification de la composition du comité:*

Conformément à l'article 85(4) du Règlement, la liste des membres du comité est modifiée, ainsi qu'il suit:

Le nom de l'honorable sénateur Corbin est substitué à celui de l'honorable sénateur LaPierre (*le 17 juin 2003*).

**MINUTES OF PROCEEDINGS**

OTTAWA, Tuesday, June 10 2003  
(24)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 9:35 a.m., in room 257, East Block, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

*Members of the committee present:* The Honourable Senators Adams, Eyton, Fraser, Graham, P.C., Gustafson, Merchant, Oliver, and Phalen (8).

*In attendance:* Terrence Thomas, Research Officer, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament.

*Also in attendance:* The official reporters of the Senate.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Wednesday, March 19, 2003, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (*For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 6, dated March 20, 2003.*)

**WITNESS:**

*As an individual:*

Mr. Kirk LaPointe.

Mr. LaPointe made a presentation and answered questions.

At 11:28 a.m., the committee proceeded in camera, pursuant to rule 92(2)(e), to consider its agenda.

At 11:33 a.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

**ATTEST:**

---

OTTAWA, Thursday, June 12, 2003  
(25)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 9:30 a.m., in room 257, East Block, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

*Members of the committee present:* The Honourable Senators Day, Eyton, Fraser, Gustafson, LaPierre, Merchant, Phalen, and Ringuette (8).

*Other senator present:* The Honourable Senator Banks (1).

*In attendance:* Terrence Thomas and Joseph Dion, Research Officers, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament.

*Also in attendance:* The official reporters of the Senate.

**PROCÈS-VERBAUX**

OTTAWA, le mardi 10 juin 2003  
(24)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 9 h 35, dans la pièce 257 de l'édifice de l'Est, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

*Membres du comité présents:* Les honorables sénateurs Adams, Eyton, Fraser, Graham, c.p., Gustafson, Merchant, Oliver et Phalen (8).

*Également présent:* Terrence Thomas, attaché de recherche, Direction de la recherche parlementaire, Bibliothèque du Parlement.

*Aussi présents:* Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mercredi 19 mars 2003, le comité poursuit son examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*Le texte intégral de l'ordre de renvoi se trouve dans le fascicule n° 6 des délibérations du comité du 20 mars 2003.*)

**TÉMOIN:**

*À titre personnel:*

M. Kirk Lapointe.

M. Lapointe fait un exposé puis répond aux questions.

À 11 h 28, le comité poursuit sa séance à huis clos, conformément à l'alinéa 92(2)e) du Règlement, pour examiner ses travaux futurs.

À 11 h 33, il est convenu que le comité suspende ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

**ATTESTÉ:**

---

OTTAWA, le jeudi 12 juin 2003  
(25)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 9 h 30, dans la pièce 257 de l'édifice de l'Est, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

*Membres du comité présents:* Les honorables sénateurs Day, Eyton, Fraser, Gustafson, LaPierre, Merchant, Phalen et Ringuette (8).

*Autre sénateur présent:* L'honorable sénateur Banks (1).

*Également présents:* Terrence Thomas et Joseph Dion, attachés de recherche, Direction de la recherche parlementaire, Bibliothèque du Parlement.

*Aussi présents:* Les sténographes officiels du Sénat.



Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Wednesday, March 19, 2003, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 6, dated March 20, 2003.)

*WITNESSES:*

*As Individuals:*

Mr. Tim Casey, Managing Director, Media and Entertainment, BMO Nesbitt Burns;

Ms. Andrea Horan, Communications and Media Analyst, Westwind Partners.

Ms. Horan and Mr. Casey made a presentation and answered questions.

At 12:12 p.m., the committee suspended.

At 12:33 p.m., the committee resumed in camera, pursuant to rule 92(2)(e).

The committee considered its agenda.

At 1:22 p.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

*ATTEST:*

*Le greffier du comité,*

Till Heyde

*Clerk of the Committee*

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mercredi 19 mars 2003, le comité poursuit son examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*Le texte intégral de l'ordre de renvoi se trouve dans le fascicule n° 6 des délibérations du comité du 20 mars 2003.*)

*TÉMOINS:*

*À titre personnel:*

M. Tim Casey, directeur général, Médias et divertissement, BMO Nesbitt Burns;

Mme Andrea Horan, analyste des communications et des médias, Westwind Partners.

Mme Horan et M. Casey font un exposé puis répondent aux questions.

À 12 h 12, le comité suspend ses travaux.

À 12 h 33, le comité reprend ses travaux à huis clos, conformément à l'alinéa 92(2)e) du Règlement.

Le comité examine ses travaux futurs.

À 13 h 22, il est convenu que le comité suspende ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

*ATTESTÉ:*

**EVIDENCE**

OTTAWA, Tuesday, June 10, 2003

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 9:35 a.m. to examine the current state of Canadian media industries; emerging trends and developments in these industries; the media's role, rights, and responsibilities in Canadian society; and current and appropriate future policies relating thereto.

**Senator Joan Fraser** (*Chairman*) in the Chair.

[*English*]

**The Chairman:** Honourable senators, we have a quorum. I welcome our witness, as well as members of the public across Canada. This is a meeting of the Standing Senate Committee on Transport and Communications, which is examining the state of the Canadian news media.

[*Translation*]

The committee is examining the appropriate role of public policy in helping to ensure that the Canadian news media remain healthy, independent, and diverse, in light of the tremendous changes that have occurred in recent years, notably, globalization, technological change, convergence and increased concentration of ownership.

[*English*]

Today we have before us Mr. Kirk LaPointe, who is a former Senior Vice-President of CTV News, Associate Publisher and Editor-in-Chief of *The Hamilton Spectator*, founding Executive Editor of the *National Post*, Editor-in-Chief and General Manager of Southam News, host on CBC *Newsworld*, Ottawa Bureau Chief of the Canadian Press, and he currently works on strategic projects for the *Toronto Star*. It is hard to get a more diverse view of the Canadian news industry than that.

Welcome to the committee, Mr. LaPointe. We ask our witnesses to give an opening statement and then we will move on to questions and comments.

**Mr. Kirk LaPointe, As an individual:** Thank you for the invitation to appear today before your committee, as part of its examination of media. I have had the privilege of working as a colleague of Senator Fraser, as some of you may know. Even if we were to stop right now, this would be the longest stretch she has ever really listened to me.

I have read with great interest the transcripts of the hearings to date, and I look forward to not only the other witnesses but also to your final report and what it will say. Even though I am working these days on some projects for the publisher of the

**TÉMOIGNAGES**

OTTAWA, le mardi 10 juin 2003

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 9 h 35 pour examiner la situation actuelle des industries canadiennes des médias, les tendances et les développements qui s'y manifestent, le rôle, les droits et les responsabilités des médias dans la société canadienne ainsi que les politiques actuelles qui s'y rattachent et les politiques qu'il conviendrait d'adopter à l'avenir.

**Le sénateur Joan Fraser** (*présidente*) occupe le fauteuil.

[*Traduction*]

**La présidente:** Honorables sénateurs, nous avons le quorum. Je souhaite la bienvenue à notre témoin ainsi qu'aux membres du public partout au Canada. Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications est réuni pour étudier la situation des médias canadiens.

[*Français*]

Le comité examine quel rôle l'État devrait jouer pour aider nos médias d'actualités à demeurer vigoureux, indépendants et diversifiés, dans le contexte des bouleversements qui ont touché ce domaine au cours des dernières années, notamment la mondialisation, les changements technologiques, la convergence et la concentration de la propriété.

[*Traduction*]

Nous accueillons aujourd'hui M. Kirk LaPointe, qui a déjà occupé les postes de premier vice-président de CTV News, d'éditeur adjoint et rédacteur en chef du *Hamilton Spectator*, de directeur fondateur de la rédaction au *National Post*, de rédacteur en chef et directeur général de Southam News, d'animateur à *Newsworld* du réseau CBC et de correspondant en chef au bureau d'Ottawa de la Presse Canadienne. M. LaPointe s'occupe actuellement de projets stratégiques du *Toronto Star*. Il serait difficile d'avoir un point de vue plus complet de l'industrie canadienne des actualités.

Je vous souhaite la bienvenue au comité, monsieur LaPointe. Nous demandons généralement à nos témoins de présenter un exposé préliminaire, après quoi nous passons aux questions et commentaires.

**M. Kirk LaPointe, témoignage à titre personnel:** Je vous remercie de m'avoir invité à comparaître aujourd'hui devant le comité, dans le cadre de son examen des médias. J'ai eu le privilège de travailler avec le sénateur Fraser, comme certains d'entre vous le savent. Même si nous nous arrêtons tout de suite, ce serait sans doute le plus long moment qu'elle ait jamais passé à m'écouter.

J'ai lu avec un grand intérêt la transcription de vos délibérations. J'ai aussi l'intention de me tenir au courant non seulement de ce que les autres témoins auront à dire, mais aussi de votre rapport final et de ses conclusions. Même si je m'occupe



*Toronto Star* and on a book on media, obviously my remarks today are as a private individual representing my experience but not any past or present employer.

What I hope I can bring today is contemporary understanding of our country's news organizations, an insider's view into mainstream media in this country, and advice on a particular priority for the craft of journalism in the years ahead. Therefore I will have a recommendation at the end here.

At its best, journalism is a calling, it is a form of public enlightenment, and it is a forerunner of justice and a cornerstone of democracy. Its founding principle is loyalty to the market it serves, and all its practices respect that principle.

From an economic standpoint, journalism trusts in a virtuous circle, that a commitment to strong content leads to greater public appreciation, which in turn leads to improved financial performance. If it had to be forced into a slogan it would be something like, "the good guys believe quality sells."

Good journalism leads the public affairs experience and it defines or reflects the day's talking points of a community it serves without breaching its standards. There are a few things I want to dispel. Journalists do not so much publish the truth as they do pursue it. Journalists are not guided by the unrealistic concept of objectivity or the mathematical precision of exact balance in their accounts. Instead they seek equitable treatment and a distributive fairness in their work.

We live in a media paradox. Never have we consumed so much media and yet found media so unable to serve our needs. Never have we had so much media choice but heard so many complaints about homogeneity of perspectives. Never have we produced better-educated journalists and yet considered them so untrustworthy. Never have we had so much information and so little context. Never have journalists involved themselves in and listened to their communities more and yet been so seemingly disconnected from the people they serve.

These hearings, I am sure, are bound to encounter many similar diagnoses. Where I might differ today is in the cause of what afflicts journalism and in the prescriptions. Some of my views might seem contrarian in this context.

First, while I am not an apologist for big media — of course I have been employed by big media a lot — I believe big media do greater things for the public than do small media. They invest more and they risk more in times of ambition, and they permit more and they protect more in times of difficulty than do small operations. In an era of tremendous media fragmentation and

actuellement de certains projets pour le rédacteur en chef du *Toronto Star* ainsi que d'un livre sur les médias, mon exposé d'aujourd'hui n'est que le résultat d'observations personnelles qui représentent mon expérience, mais non le point de vue d'un employeur actuel ou passé.

Ce que j'espère vous apporter aujourd'hui, c'est une compréhension contemporaine des médias canadiens, le point de vue d'un initié sur les principaux organismes d'actualités du pays et un conseil concernant une priorité particulière de la profession de journaliste pour les années à venir. J'aurais donc une recommandation à formuler à la fin de mon exposé.

À son meilleur, le journalisme est une vocation, une forme d'enrichissement du public. C'est un précurseur de la justice et un fondement de la démocratie. Son principe de base est la loyauté envers le marché qu'il dessert. Toutes ses pratiques respectent ce principe.

Dans une perspective économique, le journalisme se fonde sur un cercle vertueux: l'engagement envers l'excellence du contenu mène à une appréciation croissante de la part du public, qui entraîne elle-même une amélioration du rendement financier. S'il fallait résumer tout cela dans un slogan, ce serait probablement: «Les bons croient que la qualité se vend bien».

Un bon journalisme dirige l'expérience des affaires publiques. Il définit ou reflète les questions de l'heure d'une collectivité sans porter atteinte à ses normes. Il y a un certain nombre de mythes que je voudrais dissiper. Les journalistes ne publient pas autant la vérité qu'ils la recherchent. Ils ne sont pas guidés par un concept peu réaliste d'objectivité ou par la précision mathématique ou l'équilibre exact de leurs comptes rendus. Ils recherchent plutôt un traitement équitable et une justice distributive dans leur travail.

Nous vivons dans un paradoxe médiatique. Nous n'avons jamais consommé autant de produits des médias et, en même temps, nous n'avons jamais trouvé les médias aussi incapables de répondre à nos besoins. Nous n'avons jamais eu autant de choix, mais n'avons jamais entendu autant de plaintes concernant l'homogénéité des perspectives. Nous n'avons jamais produit de journalistes ayant une aussi bonne formation et ne les avons jamais considérés aussi peu dignes de confiance. Nous n'avons jamais eu autant d'information et si peu de contexte. Jamais les journalistes ne se sont autant occupés de leur collectivité, ne l'ont écoutée avec autant d'attention tout en donnant l'impression d'avoir à ce point perdu le contact avec les gens qu'ils servent.

Vous avez eu et aurez l'occasion, j'en suis sûr, d'entendre beaucoup de diagnostics semblables. Mais je me distinguerai probablement en parlant des causes du problème et des remèdes possibles. Dans ce contexte, vous trouverez peut-être certaines de mes vues assez paradoxales.

Premièrement, sans vouloir faire l'apologie des grands médias, même s'ils ont souvent recouru à mes services, je crois que les grands médias font plus pour le public que les petits. Ils investissent davantage; ils prennent plus de risques que les petits médias dans leurs moments d'ambition et permettent et protègent davantage dans les moments difficiles. Dans une période de

resulting declines in audiences for newspapers in particular, big media have preserved more and persevered more than small media ever could have.

Big media are not intrinsically or automatically bad, as someone suggested. In this country, compared with the rest of the world, they are very good. For their size they maintain strong records of community service, and high levels of employment and investment in journalism, by industry standards worldwide. The national newspaper war, which I would argue was the best tonic for journalism in this country in the last half century, endures because big companies chose to create it, fight it and sustain it.

We do not have much data in our country, but I note that a news study from the Pew Center in the United States revealed last month no connection at all between cross-media ownership and inferior or declining journalism. Good and bad media can occur in almost any corporate framework. Big media operate under stress, some admittedly of their own making. As imperfect as they are, they remain our best bet in ensuring competitive, enterprising media in the years ahead when, in my opinion, an organization's scale will be an important weapon in the fight to preserve adequate resources for journalism as audiences further fragment.

Second, while I am not a full convert to the benefits of convergence, it is far too early to declare it a failure or even judge its potential. Convergence is not dead; I do not even think it is truly born yet. Convergence will only arrive when a new experience emerges for media. Presumably it will be a sum larger than the component elements of pictures, sound and text. Presumably it will feature some interactivity with some ambit for the user to explore more deeply on a topic of his or her choosing. Presumably it will offer some direct access to the creators or to the subjects of the journalism, and presumably it will satisfy the next generation of media consumers who appear anything but interested right now in newspapers, television and radio.

I say presumably because we are not there yet, and we may not be for some time. We are not even really sure where "there" is right now. Therefore we need to wait for this new experience to emerge and do nothing to discourage people and companies from experimenting with it, from shaping it and creating it. When it happens we will have something to assess. Meantime, what we can assess is something a little different from convergence. It is more a form of corporate collaboration, the attempts to sell advertising and produce content, and move it across broadcast print and on-line platforms of particular companies.

fragmentation extraordinaire des médias, marquée par une baisse correspondante des auditoires, notamment dans le cas des journaux, les grands médias ont pu préserver et persévérer bien plus que les petits.

Les grands médias ne sont pas intrinsèquement ou automatiquement mauvais, comme certains le suggèrent. Au Canada, ils sont très bons par rapport au reste du monde. Compte tenu de leur taille, ils ont de bonnes réalisations au chapitre des services rendus à la collectivité et ont créé beaucoup d'emplois et fait beaucoup d'investissements dans le journalisme par rapport aux normes mondiales du secteur. La guerre des quotidiens nationaux qui, à mon avis, a fait beaucoup de bien au journalisme canadien dans les cinquante dernières années, se poursuit parce que les grandes sociétés ont décidé de la livrer et de la maintenir.

Nous n'avons pas réuni beaucoup de données au Canada, mais une étude du Pew Center des États-Unis, qui a paru le mois dernier, a révélé qu'il n'y avait aucun lien entre la propriété de médias multiples et une baisse de la qualité du journalisme. On peut avoir de bons et de mauvais médias dans le cadre de presque n'importe quelle société. Les grands médias sont soumis à d'importantes contraintes dont certaines qu'elles se sont elle-même imposées, de leur propre aveu. Aussi imparfaits qu'ils soient, ils constituent ce que nous avons de mieux pour préserver des médias compétitifs et dynamiques dans un avenir où, à mon avis, la taille de l'organisation sera un facteur important dans la lutte qui sera livrée pour assurer des ressources suffisantes au journalisme à mesure que la fragmentation des auditoires augmentera.

Deuxièmement, bien que je ne sois pas pleinement convaincu des avantages de la convergence, je crois qu'il est beaucoup trop tôt pour annoncer son échec ou même pour en évaluer le potentiel. La convergence n'est pas morte car, à mon avis, elle n'est pas encore tout à fait née. La convergence ne sera une réalité que lorsqu'une nouvelle expérience se révélera aux médias. Elle sera peut-être alors plus importante que les images, les sons et les messages qui la composent. Elle comportera peut-être aussi une certaine interactivité donnant à l'utilisateur la possibilité d'explorer plus à fond un sujet de son choix. En outre, elle offrira peut-être une certaine forme d'accès direct aux créateurs et aux sujets du journalisme. Enfin, elle satisfera peut-être la nouvelle génération de consommateurs de médias qui, aujourd'hui, semble s'intéresser si peu aux journaux, à la télévision et à la radio.

Je dis «peut-être» parce que nous n'y sommes pas encore et que nous n'y serons pas de sitôt. Nous ne savons même pas de quoi il s'agit précisément. Il nous faut donc attendre que cette nouvelle expérience émerge et éviter de décourager les gens et les sociétés de l'essayer, de la modeler, de la créer. Quand cela se produira, nous aurons quelque chose à évaluer. Entre-temps, ce que nous avons à évaluer est quelque chose qui s'écarte un peu de la convergence. C'est davantage une forme de collaboration entre entreprises, comprenant des tentatives pour vendre de la publicité, produire du contenu et les transmettre sur les plates-formes de radiodiffusion, d'impression et de diffusion en ligne de certaines sociétés.



The journalistic collaboration in all of this involves sharing information, joint investigation and synchronized but separate presentation of stories or special series. In my experience, particularly at CTV, it has been a profoundly positive addition to journalism overall. It is not perfect, but definitely positive. At the high end of journalism, where we put our best people on to stories and where we do our most investigation, what this collaboration ensures is that the best newsroom work is brought to a much larger audience — an audience for television that might not read a newspaper and vice versa. As a result, it achieves a far greater impact and offers, in the long run, greater potential for journalism to provide a wider public service.

The federal broadcast regulator already ensures distinct decision making and presentation structures in broadcast and print media. It does so in broadcasting, of course, where it has direct responsibility but it has an impact on print media as well. Broadcasters have committed to independent monitoring of their journalism to field public complaints. These new vehicles are valuable in serving the public interest, and before anything else is brought to bear on the conduct of journalism these measures should be given more time for evaluation.

The critics of convergence are really criticizing something else I think. It is either this collaboration, it is larger industry consolidation, or it is the matter of concentration of ownership. These words may start with the same two letters, but collaboration, consolidation and concentration are not convergence.

Third, while I am not a full defender of my craft, we need to appreciate the challenges of the role today and the accomplishments of journalists under extraordinary pressure. Yes, we are too often stenographers and too infrequently investigators. Granted we do not have the expertise or experience many days to qualify as surrogates for the public on many complex issues and areas. We are susceptible to spin, to sources with an agenda, to special interests and to the sophisticated. We slip up, we say and write things that lack precision or leave us open to criticism of bias and, agreed, we make mistakes. We make mistakes like everyone else, but we seem to hide them better than anyone else. We do not open ourselves to inspection the way we demand of others, and rather than building greater trust by acknowledging how human we are, we are trying to retain what remains of our trust by denying that we err at all. Of course we err. Is it any wonder?

A few years ago we tried in Hamilton to count the number of decisions in one day that our newsroom made in producing the

La collaboration journalistique dans tout cela implique le partage de l'information, des enquêtes communes et des présentations synchronisées mais distinctes d'articles, de reportages ou de séries spéciales. D'après mon expérience, particulièrement à CTV, cela s'est traduit, dans l'ensemble, par un ajout extrêmement positif au journalisme. Ce n'est pas parfait, mais c'est sûrement positif. Dans le journalisme de haute gamme où nous plaçons nos meilleurs reporters et faisons le plus d'enquêtes, cette collaboration permet de mettre le meilleur travail de la salle des nouvelles à la disposition d'un plus grand auditoire, par exemple des téléspectateurs qui ne lisent pas ordinairement le journal et vice-versa. Elle a ainsi un impact beaucoup plus important et promet, à long terme, de mettre le journalisme au service d'un plus grand public.

L'organisme fédéral de réglementation de la radiodiffusion impose déjà des structures distinctes de décision et de présentation aux médias électroniques et imprimés. Bien sûr, l'organisme n'agit directement que sur la radiodiffusion, mais il a des effets sur la presse aussi. Les radiodiffuseurs se sont engagés à assurer une surveillance indépendante des plaintes du public relatives à leur journalisme. Ces nouveaux moyens sont précieux quand il s'agit de servir l'intérêt public. Avant de prendre n'importe quelle décision qui peut avoir des conséquences sur le mode de fonctionnement du journalisme, il faudra prendre le temps d'évaluer ces mesures.

Ceux qui critiquent la convergence critiquent en réalité autre chose, je crois: soit la collaboration, soit la plus grande consolidation de l'industrie, soit la concentration de la propriété. Tous ces mots commencent par «co», mais la collaboration, la consolidation et la concentration ne sont pas la convergence.

Troisièmement, sans être un grand défenseur de ma profession, je crois que nous devons apprécier les défis que les journalistes d'aujourd'hui ont à relever et le fait qu'ils aient des réalisations malgré les pressions extraordinaires qui s'exercent sur eux. Oui, nous sommes trop souvent des sténographes et trop rarement des enquêteurs. Oui, nous n'avons pas tous les jours les compétences ou l'expérience qu'il faudrait pour nous substituer au public dans des situations et des domaines complexes. Il nous arrive d'être trompés, de recourir à des sources partiales qui défendent des intérêts particuliers ou de nous laisser influencer par des gens sophistiqués. Nous faisons des bévues, nous disons et écrivons des choses qui manquent de précision ou nous exposent à des accusations de partialité. Oui, il nous arrive de nous tromper. Nous faisons des erreurs comme tout le monde, mais nous semblons réussir à les cacher mieux que les autres. Nous n'acceptons pas de nous soumettre à des inspections, alors que nous exigeons des autres de le faire. Et plutôt que de renforcer la confiance des gens en reconnaissant que nous sommes humains, nous essayons de garder le peu de confiance qu'on nous témoigne en niant catégoriquement que nous faisons des erreurs. Bien sûr, nous en faisons. Est-ce vraiment surprenant?

Il y a quelques années, nous avons essayé à Hamilton de compter le nombre de décisions que la salle de rédaction devait

paper. We lost track around 500,000, in one day. It is fair to say that we should be surprised more things do not go wrong.

The Attorney General of the United States — I believe it was Schlesinger at the time — once wrote a newspaper editor to say that the section of the paper that made him most angry was the area devoted to corrections, not because of what it contained but because it led people to believe that the rest of the paper was true. I think there is a greater generosity of spirit in our audience than we realize, and failing to concede mistakes is only creating doubt, uncertainty and eventual suspicion and mistrust.

Still, while they may not be perfect, before we further run down those who own and conduct our media, we need to ask ourselves exactly when was there a golden age. I came to Ottawa in early 1980s and as I arrived for my first night shift I noticed that almost everyone had a stubby bottle of beer or a tumbler of booze on their desks. I think we employed someone at night principally to fetch drinks from the Press Club. The Press Gallery, working over in the Centre Block, had an absolutely wonderful bar that opened extremely early and often. As I recall, it was the first bar that gave me a credit line.

When was this golden age? Was it when women and visible minorities were excluded systematically from our newsrooms? Was it when the lives of women and newcomers to Canada were marginalized or misrepresented in our media? Was it when reporters would tuck their note pads into their pockets when world leaders would tell off-colour stories? Was it when members of our press gallery had free passes to ride the train? Was it further back when newspapers were not only extensions of political parties but denied entire streams of political views to be heard?

I respect the power of the call of independent journalism, but I wonder about the power of recall. I worry that those who crave restoration of the great old days carry a little revisionism as they wax nostalgic. Money was much easier to spend in earlier times in media with little or no competition because money was much easier to make. We have never had a more diverse, educated, conscientious, disciplined and democratic media in our history, and our country stands alongside any other country in the world as one with strong protection, freedoms of expression and minimal involvement of the state in the media.

I understand the frustrations many have with journalism. The few times someone is silly enough to write about me, I feel the same way. Whenever I know a lot about a topic, I am often astounded at how inelegantly it is handled in the press or how

prendre dans une journée pour produire le journal. Nous avons cessé de compter aux alentours de 500 000. Pour être honnête, je trouve qu'il est extraordinaire que nous ne fassions pas plus d'erreurs.

Le procureur général des États-Unis — je crois que c'était Schlesinger à l'époque — a écrit un jour à un rédacteur en chef pour lui dire que la partie de son journal qu'il détestait le plus était la section réservée aux errata, non à cause de ce qu'elle contenait, mais parce qu'elle portait les gens à croire que ce qui figurait dans le reste du journal était exact. Je crois que notre auditoire a un esprit plus généreux que nous ne le croyons. En refusant d'admettre nos erreurs, nous ne faisons que susciter des doutes, de l'incertitude et, en définitive, de la méfiance.

Bien sûr, ceux qui possèdent et dirigent nos médias ne sont pas parfaits, mais avant de les accabler, nous devrions nous demander où se situait exactement l'âge d'or des médias. Je suis arrivé à Ottawa au début des années 80. Lorsque j'ai commencé mon premier poste de nuit, j'ai remarqué que presque tout le monde avait une grande bouteille de bière ou un gobelet rempli d'alcool sur son bureau. Je crois que nous avions engagé quelqu'un la nuit surtout pour aller nous chercher des verres au Cercle des journalistes. La tribune de la presse, à l'édifice du Centre, avait un bar absolument merveilleux qui ouvrait extrêmement tôt et souvent. Je me souviens que c'est le premier bar qui m'a fait crédit.

Alors, où se situait l'âge d'or? Était-ce à l'époque où les femmes et les minorités visibles étaient systématiquement exclues de nos salles de rédaction? Était-ce à l'époque où les femmes et les immigrants étaient marginalisés ou présentés sous un jour défavorable dans nos médias? Était-ce à l'époque où les journalistes glissaient leur carnet dans la poche lorsque des hommes d'État racontaient des histoires salées? Ou bien quand les membres de la tribune de la presse avaient une carte qui leur permettait de prendre le train gratuitement? Ou faut-il remonter encore plus loin, à l'époque où les journaux non seulement étaient des prolongements des partis politiques, mais empêchaient l'expression de tout point de vue politique différent?

Je respecte la vocation du journalisme indépendant, mais je m'interroge sur la capacité de mémoire des gens. Je me demande si ceux qui rêvent du bon vieux temps ne sont pas animés par un certain révisionnisme tandis qu'ils se laissent aller à une certaine nostalgie. Il était plus facile de dépenser de l'argent à l'époque parce qu'avec peu ou pas de concurrence, il était aussi plus facile d'en faire. Jamais dans notre histoire, nous n'avons eu des médias aussi divers, éclairés, consciencieux, disciplinés et démocratiques, et le Canada n'a rien à envier à d'autres pays du monde au chapitre de la protection des journalistes, de la liberté d'expression et de l'intervention minimale de l'État dans les affaires des médias.

Je comprends la frustration que certains ressentent à l'égard du journalisme. J'ai ressenti la même chose dans les rares cas où quelqu'un a été assez stupide pour parler de moi. Quand je connais bien un sujet, je suis souvent surpris de constater à quel



they missed the real story or how they took things out of context. I use all the same terms that critics do about the stuff that I used to write.

If you want to improve the quality of media, please do not recommend launching another outlet. I would be happy to explore what I have seen in the testimony in the way of a proposal for a new national newspaper idea that has been discussed here, but I have some serious doubts about its true editorial need. I have absolute conviction that any newspaper created to fulfil a public policy of national accessibility, like the CBC, would easily cost more than the CBC.

The most significant need for our journalists right now is professional development. In my experience, this is a weak point with our industry. We typically wind up, as Canadians, going to the United States for mid-career training. We need a built-in-Canada solution, a centre of excellence in this country, to help journalists in mid-career better understand law, economics, international issues, statistics, technology, cultural diversity, spirituality, the arts, government, and even politics. Media need a place to help them master such new techniques as computer-assisted reporting and freedom of information, and to revitalize such traditional techniques as basic research, interviewing, broadcasting and writing. This would generate greater expertise and competence in the working press in much shorter order.

Canada also needs an independent research centre to help organizations understand changes in society and their influence on media; to understand trends and best practices in media, here and elsewhere, in ethics and in such fields as performance management. We do not have that today. Again, we go to the United States for that. The general public needs a centre to help it understand and demand the best media. Done properly, a new national centre of excellence could be an international asset. Other countries have them, through government involvement, through charitable trusts or through non-partisan financing, various arrangements that draw partly on journalistic revenue with strong permanent underwriting.

Our communications in journalism schools are terrific for the most part. They are sending plenty of great new voices into the craft, but the turnover in our business is not high, and it could take two, three or four decades before that new workforce is actually the incumbent workforce. A centre for journalism would address needs much sooner and in a much more sustainable way.

point la presse l'a maltraité, a mal compris ce qui s'est passé ou a sorti les choses de leur contexte. J'emploie le même vocabulaire que les critiques qui commentaient mes propres articles.

Si vous voulez améliorer la qualité des médias, je vous prie de ne pas recommander la création d'un nouveau média. Je serais heureux d'examiner avec vous les propositions que d'autres témoins vous ont présentées concernant le lancement d'un nouveau quotidien national, mais j'ai des doutes sérieux sur l'opportunité de créer un tel journal. Je suis absolument convaincu que tout nouveau quotidien établi pour répondre à un besoin d'accessibilité nationale défini dans la politique publique, un peu comme Radio-Canada, coûterait facilement plus cher que Radio-Canada.

À l'heure actuelle, le perfectionnement professionnel constitue le plus grand besoin de nos journalistes. D'après mon expérience, c'est un point faible de notre industrie. Au Canada, nous finissons en général par envoyer nos journalistes aux États-Unis pour leur donner plus de formation au milieu de leur carrière. Nous avons besoin à cet égard d'une solution canadienne, d'un centre d'excellence qui nous appartiendrait et qui aiderait les journalistes ayant déjà une certaine expérience à mieux comprendre le droit, l'économie, les affaires internationales, la statistique, la technologie, la diversité culturelle, la spiritualité, les arts, le gouvernement et même la politique. Les médias ont besoin d'un endroit qui puisse les aider à maîtriser de nouvelles techniques telles que le reportage et la liberté d'information assistés par ordinateur et à donner une formation de recyclage dans des domaines traditionnels tels que la recherche de base, l'interview, la diffusion et la rédaction. Un tel endroit engendrerait, beaucoup plus rapidement qu'un nouveau média national, plus d'expertise et de compétence dans la presse.

Le Canada a également besoin d'un centre de recherche indépendant pouvant aider les organismes à comprendre les changements qui surviennent dans la société et leur influence sur les médias, à mieux saisir les tendances et les pratiques exemplaires des médias locaux et étrangers au chapitre de l'éthique et dans des domaines tels que la gestion du rendement. Nous n'en avons pas aujourd'hui. Encore une fois, nous devons nous adresser aux États-Unis pour obtenir ce dont nous avons besoin. Le grand public a besoin d'un tel centre pour être en mesure de comprendre les médias et d'exiger les meilleurs reportages. Un nouveau centre national d'excellence bien conçu constituerait un actif international. D'autres pays ont de tels centres, qui sont financés grâce à une intervention gouvernementale, à des fiducies de bienfaisance ou à des organismes non partisans, qui assurent d'importants revenus permanents auxquels s'ajoutent des recettes journalistiques.

Pour la plupart, nos écoles de communications et de journalisme sont excellentes. Elles produisent beaucoup de diplômés très compétents, mais comme le roulement dans le secteur est assez faible, il faudra vingt, trente ou quarante ans pour que cette nouvelle génération remplace l'actuelle. Un centre de perfectionnement répondrait aux besoins beaucoup plus rapidement et d'une manière plus durable.

In closing, rather than focus on particular companies and outlets, rather than further diluting our audience and workforce with another media choice, rather than trying to, in some respects, capture an earlier time that might not be possible, I would suggest building something that will improve the entire craft, something that will enjoy the support of all its elements, and something the public will use in an era where media will be increasingly important.

**The Chairman:** I have listened to you in the past, and it was interesting. It was interesting today, so there.

**Senator Graham:** Thank you for coming, Mr. LaPointe. Your bona fides are substantial, and your record and your performance precede you.

You mentioned at the outset that newspapers do not necessarily publish the truth but pursue the truth. I would hope they do both. It reminds me of a story. Years ago, a well-loved mayor of Halifax ran into the news editor at CJCH. He said, "I do not care what you say about me, but say it." In other words, he just wanted his name before the public.

I guess what people are looking for is the truth, absolutely, and balance. Perhaps you would like to comment on that, but I will throw in a second question. We had Patrick Watson before the committee a few weeks ago, and he talked about a taxpayer-funded newspaper. I just happened to pick up an article from *The Sunday Halifax Herald* that had a picture of Mr. Watson, and the headline was, "A Taxpayer-Funded Newspaper" and the sub-head is, "A bad old idea that should be buried for good." He referred back to this idea first coming up about 30 years ago in discussions between Mr. Watson and Peter Gzowski. Do you have any views on that?

**Mr. LaPointe:** I have read as many transcripts as I could find on the Internet. I would say the Internet might ultimately be the solution to the concept of publishing a national newspaper.

The secret about newspapers is that they lose money on printing and distribution. They make money on advertising, which usually comprises 75 to 80 per cent of revenue. Circulation money would be another 20 per cent. Your actual publication, the newsprint, the ink, the printing presses, the trucks to drive them to the places and the carriers to deliver them, are tremendous loss leaders for a newspaper.

When I examined the idea and studied carefully what Mr. Watson discussed initially, what he was proposing was something I inferred would be every bit as accessible to Canadians in almost every town and hamlet as the CBC, which is almost universally available in this county. Less than 1 per cent cannot receive CBC over the air, by cable, or by satellite. To emulate that with a newspaper project would consume a vast amount of money. If you want a big city newspaper that is somewhat competitive with *The Globe and Mail* and *National Post*, you can create a business model like that, but what do you then say to

Pour terminer, je propose — plutôt que de se concentrer sur des sociétés et des organes particuliers, plutôt que de diluer encore plus notre public et notre main-d'œuvre en créant un nouveau média, plutôt que d'essayer d'une certaine façon de remonter dans le temps, ce qui ne serait probablement pas possible — je propose donc de créer une chose qui améliorera toute la profession, qui bénéficiera de l'appui de tous ses éléments et que le public pourra utiliser à un moment où les médias prennent de plus en plus d'importance.

**La présidente:** Je vous ai écouté et trouvé intéressant dans le passé. C'était également intéressant aujourd'hui. Voilà, c'est dit.

**Le sénateur Graham:** Merci d'être venu témoigner, monsieur LaPointe. Votre bonne foi ne fait pas de doute et votre réputation vous a précédé.

Vous avez mentionné, au début de votre exposé, que les journaux ne publient pas nécessairement la vérité, mais qu'ils la recherchent. J'aurais préféré qu'ils fassent les deux. Cela me rappelle une histoire. Il y a des années, le maire très populaire de Halifax était tombé sur le directeur de l'information de la station CJCH et lui avait dit: «Je me fiche de ce que vous dites de moi, mais dites-le». En d'autres termes, il voulait surtout que son nom soit mentionné.

Je crois que les gens recherchent absolument la vérité et l'équilibre. Vous aurez peut-être des commentaires ce sujet, mais je vais vous poser une seconde question. Il y a quelques semaines, le comité a accueilli Patrick Watson, qui nous a parlé d'un journal financé par les contribuables. Or j'ai vu un article dans le *Sunday Halifax Herald* qui contenait une photo de M. Watson et qui avait pour titre: «Un journal financé par les contribuables» et pour sous-titre: «Une vieille idée qu'il faudrait enterrer pour de bon». Le journal mentionnait que l'idée avait été évoquée il y a une trentaine d'années au cours de discussion entre M. Watson et Peter Gzowski. Que pensez-vous de cela?

**M. LaPointe:** J'ai lu autant de comptes rendus que j'ai pu en trouver sur Internet. Je dirais qu'Internet pourrait en définitive constituer la solution si on tient à l'idée d'un quotidien national.

Les journaux perdent de l'argent sur l'impression et la distribution. Ils en font sur la publicité, qui représente habituellement entre 75 et 80 p. 100 des recettes, les 20 p. 100 restants venant des ventes et des abonnements. Pour un quotidien, les plus grandes dépenses sont attribuables au papier journal, à l'encre, aux presses, aux camions et aux livreurs utilisés pour distribuer les journaux.

Quand j'ai examiné l'idée et étudié attentivement la proposition initiale de M. Watson, je suis arrivé à la conclusion que le journal qu'il envisage serait aussi accessible pour les Canadiens, dans presque toutes les villes et villages du pays, que Radio-Canada, qui est capté dans la quasi-totalité du pays. Moins de 1 p. 100 de la population ne capte pas Radio-Canada sur les ondes, par câble ou par satellite. Or il serait extrêmement coûteux de réaliser la même couverture dans le cas d'un journal. Si vous envisagez un grand quotidien comme le *Globe and Mail* ou le *National Post*, vous pouvez élaborer un projet, mais que direz-vous aux gens qui



people who want to get it in parts of the country where they now get the CBC? They consider this the same sort of vehicle, a media vehicle underwritten by tax dollars.

I think you will be spending more on creating it and distributing it than you are now in all of the CBC, or you would have to obtain massive amounts of advertising revenue to offset those costs. I am sceptical that such advertising exists in this country. If it does, it would certainly come out of the hides of the people who are already churning out newspapers in each of these communities.

It is not like launching the CBC when broadcasting was getting launched overall. What you are doing here is backing into a business that has existed for upwards of 150 years in our country. It is a very difficult entry.

It is possible that over a number of years ahead there will be things like broadband technology and other things that give people online or other sources of access where you conquer those physical, infrastructural hurdles of publication and distribution. In that sense maybe you then have a business model that works, where all your expense is not going into pushing out the product, but into your content. However, that is a long way off. It is a major hurdle. It is not yet something worth contemplating because we do not really know the evolution of technology: how it will be available; whether we will have any kind of a technological divide in our country yet; whether there will be public policy to give everyone access to the Internet; and other types of things. Until we know we would receive it as easily as we now receive television or radio, I would counsel away from it. It is a very big financial burden.

**Senator Graham:** You referred to a centre for journalism, a world-class institute to develop professionally those who are going to work in the field of journalism, be it print or broadcast media. We do have Carleton, Ryerson and King's in Halifax and other schools. How would you differentiate between what you are thinking about and the schools I mentioned? You mentioned they exist in other countries. Perhaps you could give us an indication of the countries and the schools.

**Mr. LaPointe:** I am familiar with the institutes in the U.S.: the American Press Institute, the Poynter Institute, and the Pew Centre for Press and the Public. These all wear different types of hats. With Poynter it is in conjunction with the universities in Florida. How they differentiate from schools of communication and journalism is they see their mandate as the professional development of people already in the craft as opposed to those who are approaching it. Rather than get students ready for the working world, they get workers ready to study more. They reverse the flow on this and they are typically of greatest use to people who want to develop a form of expertise after a couple of years in reporting, managing and editing. They hold different types of professional ensembles, and they conduct research that is

voudront le lire partout où il est actuellement possible de capter Radio-Canada? N'est-ce pas le même genre de moyen de communication financé par les contribuables?

Je crois que vous allez devoir dépenser davantage pour créer et distribuer un tel journal que vous n'en dépensez actuellement pour toute la Société Radio-Canada. Autrement, vous auriez besoin d'énormes recettes publicitaires pour compenser les coûts. Je doute qu'il soit possible de réaliser de telles recettes publicitaires au Canada. Et si c'était possible, ce serait aux dépens de ceux qui publient déjà des journaux dans toutes ces localités.

La situation ne serait pas la même qu'au moment du lancement de Radio-Canada. Dans le cas d'un journal, vous auriez à tailler votre place dans un marché qui existe depuis plus de 150 ans au Canada. Ce serait vraiment très difficile.

Il est possible que, dans quelques années, les communications à large bande et les autres technologies d'accès aient suffisamment évolué pour nous permettre de surmonter les obstacles matériels de la publication et de la distribution. Vous pourriez dans ce cas élaborer un projet plus réaliste, dans lequel les dépenses serviraient à produire du contenu plutôt qu'à le transporter jusqu'au point de destination. Toutefois, il faudra un certain temps pour en arriver là car l'obstacle est de taille. Ce n'est pas une chose qu'il vaut la peine d'envisager tout de suite parce que nous ne savons pas vraiment dans quel sens la technologie évoluera, comment elle deviendra disponible, si nous aurons un fossé technologique et si la politique publique tendra à assurer à tout le monde l'accès à Internet. Tant que nous n'aurons pas la certitude de recevoir l'information aussi facilement que nous recevons aujourd'hui les signaux de télévision ou de radio, je pense que nous devrions nous abstenir. Le fardeau financier est vraiment considérable.

**Le sénateur Graham:** Vous avez parlé d'un centre de journalisme, d'un institut de calibre mondial chargé de perfectionner les journalistes, qu'ils appartiennent aux médias imprimés ou électroniques. Nous avons déjà des écoles de journalisme à Carleton, à Ryerson, à King's à Halifax et ailleurs. Quelle différence voyez-vous entre l'établissement auquel vous pensez et ces écoles? Vous dites qu'il y en a dans d'autres pays. Pouvez-vous nous dire lesquels et de quelles écoles il s'agit?

**M. LaPointe:** Je connais surtout les établissements des États-Unis, par exemple l'American Press Institute, le Poynter Institute et le Pew Centre for the People and the Press. Chacun fonctionne d'une façon différente. Le Poynter Institute, par exemple, travaille de concert avec les universités de la Floride. Ces organismes se distinguent des écoles de communications et de journalisme par le fait qu'ils estiment avoir pour mandat de s'occuper du perfectionnement professionnel des gens du métier, par opposition aux écoles qui forment des gens qui ne connaissent pas encore le journalisme. Au lieu de préparer des étudiants au monde du travail, ils essaient d'inciter des journalistes à étudier davantage. Ils sont surtout utiles pour des gens qui veulent acquérir des compétences spéciales après avoir passé quelques

a little bit more market driven than some of the institutions in Canada where there is a slightly more academic bent to the research being produced.

The standard people use for industry is that you should be spending between 1 percent and 2 percent of your overall revenue on professional development training, reskilling your employees. I do not think there is a media company in our country that would be doing that. I think that it is often extremely difficult. You hire people. You like them and you try to keep them in their jobs as much as possible, and you do not free them much for professional development because you often cannot afford to replace them. It is particularly acute as a problem for smaller organizations that do not have the flexibility. A professional centre would enjoy the support of an industry, because I think it would enjoy it in a way that schools are not always going to enjoy it. I think it would be a positive contribution to a craft. I would see it more widely than the creation of greater expertise in the craft of journalism and the conduct of media in this country. The public is increasingly interested in media studies and affairs. Our schools are replete now with media studies courses that go back into grade school now. There is a greater use of media than ever before, more time that is being spent with it, critical examination of it by the public and greater scrutiny. Something like this would also serve a tremendous public role in that it would facilitate a better exchange and dialogue with the public and the media on the processes and the techniques and lead to probably a better understanding — maybe not a better appreciation, but certainly a better understanding.

**Senator Graham:** How would this professional centre be funded?

**Mr. LaPointe:** The models vary here and abroad. Principally in the United States you have tremendous tax incentives for people to contribute to a foundation that ultimately builds these. In some cases you have different forms of post-secondary institution financing that can be used. You have a greater sense of endowment in the United States with some of these facilities. They do draw on the journalistic community to finance them. It is expensive to send a journalist to one of these places and to take a course for a week. What they do serve is as great facilities. They have the expertise, state-of-the-art intelligence around best practices, and so they get great buy-in from the media industry because they are seen as credible and practical. They are not seen as things that have any sort of agenda. They are non-partisan in nature. They furnish revitalization in the workforce and it is hard to put a dollar value on all that. All of us have probably felt best in our craft when we have been able to go away for a couple of days, do some thinking, get some new training and come back to our workplaces rejuvenated. I hate to see that happening as a bit of a drain into the United States. I would prefer to see it happen in this country, but the momentum for it does not exist because the incentives are not necessarily there.

**Senator Phalen:** I am curious to know whose role you think it would be to establish a national centre of excellence? How does it get off the ground?

années à faire des reportages, à écrire ou à diriger. Ils font des recherches un peu plus axées sur le marché que les établissements canadiens, qui ont tendance à mener des études un peu plus théoriques.

Dans l'industrie, la norme est de consacrer entre 1 et 2 p. 100 des recettes totales au perfectionnement professionnel et au recyclage des employés. Je ne crois pas qu'il y ait une seule société canadienne du secteur des médias qui fasse cela. Le plus souvent, c'est extrêmement difficile. On engage des gens, on les aime bien et on essaie, dans toute la mesure du possible, de les garder dans leur emploi, sans leur laisser du temps pour le perfectionnement professionnel parce qu'il arrive souvent qu'on n'ait pas les moyens de les remplacer. Le problème est particulièrement aigu dans le cas des petites organisations qui manquent de souplesse. Un centre de perfectionnement professionnel bénéficierait de l'appui du secteur probablement dans une plus grande mesure que les écoles. Je crois que ce serait une contribution positive au métier. Son rôle, à mon avis, devrait aller au-delà de l'enseignement de nouvelles compétences et de la gestion des médias canadiens. Le public s'intéresse de plus en plus aux études et aux affaires relatives aux médias. Nos écoles offrent maintenant une multitude de cours sur les médias dès le primaire. Les médias servent beaucoup plus qu'auparavant. Le public y consacre plus de temps et les examine de plus près. Un centre de perfectionnement professionnel aurait également un rôle public considérable en facilitant les échanges et le dialogue entre le public et les médias sur les processus et les techniques et mènerait probablement à une meilleure compréhension, peut-être pas une plus grande appréciation, mais certainement une meilleure compréhension.

**Le sénateur Graham:** Comment un tel centre serait-il financé?

**M. LaPointe:** Les modèles varient. Aux États-Unis, le gouvernement encourage énormément les gens à contribuer au financement d'une fondation qui s'occupe de construire de tels centres. Dans certains cas, diverses formes de financement postsecondaire peuvent être utilisées. Les gens ont plus tendance à contribuer au financement des fondations aux États-Unis. Les centres comptent également sur le monde des médias pour leur financement. Il est coûteux d'envoyer un journaliste à l'un de ces endroits suivre un cours d'une semaine. Ils ont des installations extraordinaires, de grandes compétences et une connaissance intime des pratiques exemplaires. L'industrie des médias leur accorde donc un grand appui parce qu'elle les juge crédibles et pratiques. Elle ne considère pas qu'ils ont des desseins secrets parce qu'ils n'ont, par nature, aucun esprit partisan. Ils raniment l'enthousiasme du personnel, ce qui peut avoir une valeur inestimable. Chacun d'entre nous a probablement ressenti l'impression de mieux faire son travail après avoir passé deux ou trois jours à réfléchir et à suivre un nouveau cours. Je n'aime pas beaucoup l'idée que tout cela se fasse aux États-Unis. Je préférerais que ce soit au Canada, mais il est difficile de l'envisager si les incitatifs nécessaires sont absents.

**Le sénateur Phalen:** Je serais curieux de savoir qui, à votre avis, devrait établir un centre national d'excellence? Qui devrait donner le coup d'envoi?



**Mr. LaPointe:** You have to assert leadership at a governmental level to put the incentives in place, whether they become tax measures that provide incentives for companies to do more in the way of training or to finance, and whether there are other either one-time or sustaining grants that go to a facility like this to secure its financing to make sure it is going to be launched successfully and sustained. I am agnostic about the approach on this. I do not have the magic bullet on this one. It is a concept worth exploring. It would develop great currency at the grassroots of journalism where I think our journalists would be very interested in it. Also, I think there would be an acceptance in management and leadership of media that an institute aimed at professional development on common ground would avert all these organizations from sending their journalists abroad to get the kind of training that know they can get here. We might be able to reverse the flow and have other journalists from other countries come to take in some things. There are fantastic endeavours, particularly through CBC, of international training measures. The CBC sends people abroad all the time to train. In this country we have an excellent reputation internationally for the calibre of training we get and on-the-job conduct that sets a very high standard. We can export a lot of our expertise to a lot of other countries to teach them, but we do not do a great job in teaching our own and continually upgrading them.

**Senator Eyton:** Over 20 years ago, a group of Canadians representing academe, business and journalism got together and founded the Canadian Journalism Foundation. I make the observation as a participant that, at the time, it was driven from the top and the notion was that all of these clever leaders could fashion a foundation that would instil the proper attitudes, research and professional work by Canadian journalists. It seemed to me it did not work very well.

Approximately 10 years ago, someone made the brilliant suggestion of asking the journalists what they would like to see and learn and do. Since then it has been quite a remarkable success, on a small budget.

Are you familiar with the work of that foundation and whether it may be part of the solution when you refer to a national centre for journalism? Perhaps, I am thinking here of the Canadian Journalism Foundation squared, or something of that nature?

**Mr. LaPointe:** I am more than happy to praise the foundation because the organization I ran last year won its award of excellence. I have attended many of those sessions that are in an informal setting, where 20, 30 or 40 people gather to discuss something like justice issues, Aboriginal issues, and a number of different issues. They have a great night-long exchange that builds a better appreciation between journalist and expert in the field.

The foundation has had its ups and downs. In recent years, it has enjoyed, and then sometimes not enjoyed, the support of many of the media organizations. However, in terms of the spirit of the intention of professional development and widening

**M. LaPointe:** Il faudrait que le gouvernement fasse preuve de leadership en établissant les incitatifs nécessaires. Ils peuvent prendre la forme de mesures fiscales qui encouragent les sociétés à donner plus de formation à leur personnel. On peut également inciter les sociétés à contribuer de façon ponctuelle à un centre de perfectionnement ou à lui verser des subventions régulières pour assurer son maintien. Je ne favorise aucune approche particulière. Je n'ai pas de recette magique. C'est un concept qu'il faut explorer. Un tel centre ferait beaucoup pour le journalisme. Je crois d'ailleurs qu'il serait appuyé par les dirigeants et les gestionnaires des médias qui n'auraient plus à envoyer leurs journalistes à l'étranger pour obtenir de la formation. Nous pourrions en fait inverser le mouvement et accueillir au Canada des journalistes d'autres pays qui viendraient acquérir de nouvelles compétences. Nous avons de grandes réalisations dans le domaine de la formation internationale, surtout par l'intermédiaire de la Société Radio-Canada. La Société envoie constamment des membres de son personnel à l'étranger pour suivre des cours. Le Canada a une excellente réputation internationale pour le calibre de la formation que nous avons et la conduite au travail, qui répond à des normes très élevées. Nous pouvons exporter beaucoup de nos compétences à plusieurs pays, mais nous avons de la difficulté à donner de la formation à nos propres journalistes et à leur assurer un bon perfectionnement professionnel.

**Le sénateur Eyton:** Il y a plus de vingt ans, un groupe de Canadiens représentant les universités, le monde des affaires et le journalisme s'est réuni et a créé la Fondation pour le journalisme canadien. À titre de participant, j'ai observé à l'époque que l'organisation était gérée de haut en bas, le principe étant que tous ces dirigeants fort habiles pourraient établir une fondation capable d'inspirer les journalistes canadiens sur les plans de l'attitude, de la recherche et du travail professionnel. Cela n'a pas très bien marché.

Il y a environ dix ans, quelqu'un a fait une brillante suggestion: il s'agissait de demander aux journalistes ce qu'ils voulaient voir, apprendre et faire. Depuis, la fondation a eu un succès remarquable malgré son budget limité.

Êtes-vous au courant des activités de la fondation? Peut-elle faire partie de la solution que vous appelez un centre national du journalisme? Je songe ici à une fondation renforcée, agrandie, et cetera.

**M. LaPointe:** Je suis très heureux de faire l'éloge de la fondation parce que l'organisation que je dirige l'année dernière a remporté son prix d'excellence. J'ai assisté à beaucoup des séances organisées de façon informelle, au cours desquelles 20, 30 ou 40 personnes se réunissent pour discuter d'un sujet comme les questions judiciaires, les questions autochtones, et cetera. Les journalistes passent plusieurs heures à échanger des idées avec des experts du domaine, ce qui leur permet de se familiariser avec le sujet.

La fondation a eu des hauts et des bas. Ces dernières années, elle a tantôt bénéficié de l'appui tantôt perdu l'appui de beaucoup d'organismes de médias. Toutefois, pour ce qui est du perfectionnement professionnel et de l'acquisition de nouvelles

expertise, it serves that role extremely well. In terms of exponentially trying to build on it, I believe that would be well received in our communities.

The downside of the foundation is that often its activities are in Toronto and sometimes in Ottawa. There is a great need in the wider part of the country, but there are budgetary issues obviously, involving the foundation, that mitigate against that.

These types of initiatives need to be national in scope and need to reach into the regions. Particularly, they need to bring along the local journalist, the person who is not operating at a national level, who does not have the access to resources that people in the parliamentary press gallery have, or in a legislative press gallery across the country. Those are the ones where you can make a difference in a short stretch of time with a small amount of professional development. They can be finding better stories, better serving their community, and understanding its needs. That is a positive addition and a real contribution.

**The Chairman:** I want to be sure I understand what you are talking about.

When I was in the business, I went more than once to the American Press Institute outside Washington for various training experiences. Those were absolutely terrific, but they were of another order than the kind of thing that the Canadian journalism foundation has been even able to dream of. These were courses of a week or 10 days, extremely intensive with instructors brought in from all over the United States, very detailed critiques of your work.

If you were doing senior management courses, there was a sophisticated computer program where you ran model newspapers for a week and you lived and died by the bottom line.

If you were journalistically oriented, they provided, more than any other experience I had had, a concentrated exchange of withering criticism, encouragement and introduction to best practices.

Nothing like that exists in this country. Is that what you are talking about?

**Mr. LaPointe:** It is, in large measure. However, I would say that some of the discussions that the foundation and other places have occasionally set up are also the types of encounters that we need more of in this country. Yes, there is that kind of boot camp approach that the American Press Institute has. There is always a happy ending by the way. They always try to leave you upbeat so you do not feel deflated and wanting to move into public relations. I believe it is a mix of all these things.

What do we do once we arrive, once we get in? The schools are terrific and very competitive. They judge your work critically, and they do not make it easy to get through. The entrance interviews

compétences, elle joue son rôle extrêmement bien. S'il est question de développer considérablement les activités de la fondation, je crois que les médias en seraient très heureux.

L'inconvénient, c'est que la fondation organise le plus souvent ses activités à Toronto et parfois à Ottawa. Or il y a de grands besoins ailleurs au Canada. De son côté, la fondation a des restrictions budgétaires qui ne lui permettent pas d'organiser des activités partout dans le pays.

Les initiatives de ce genre doivent avoir une portée nationale et se manifester dans les régions. Elles doivent faire intervenir le journaliste local, qui ne fonctionne pas à l'échelle nationale, qui n'a pas accès aux ressources dont disposent les membres de la tribune de la presse au Parlement ou dans les assemblées législatives provinciales. C'est au niveau local qu'on peut agir le plus efficacement à court terme avec un peu de perfectionnement professionnel. On peut apprendre aux journalistes locaux à trouver de meilleurs sujets d'articles, à mieux servir leur collectivité et à mieux comprendre ses besoins. Ce serait là un ajout positif et une contribution réelle.

**La présidente:** Je veux être sûre de bien comprendre ce que vous dites.

Pendant que je travaillais dans ce secteur, je suis allée plusieurs fois à l'American Press Institute, dans la banlieue de Washington, pour suivre différents cours. Ces cours étaient extrêmement bons, mais ils étaient d'un tout autre ordre que la formation donnée par la Fondation pour le journalisme canadien. Ils avaient une durée d'une semaine à dix jours, étaient extrêmement intensifs et les animateurs venaient de tous les coins des États-Unis et faisaient une critique très détaillée de notre travail.

Si vous suiviez un cours de gestion supérieure, il y avait un programme informatique perfectionné qui vous permettait de produire des modèles de journaux, et toute votre semaine dépendait des résultats.

Si vous aviez une orientation journalistique, l'institut vous donnait, plus que n'importe quelle autre expérience que j'ai connue, un mélange concentré de critiques cinglantes, d'encouragements et d'introduction aux pratiques exemplaires.

Il n'y a rien de semblable au Canada. Parlez-vous de ce genre de formation?

**M. LaPointe:** Oui, dans une grande mesure. Toutefois, je dirais que certaines des discussions organisées par la fondation et d'autres organismes comptent parmi les rencontres que nous devrions avoir plus souvent au Canada. Il y a aussi l'approche de type militaire de l'American Press Institute, qui finit toujours bien d'ailleurs. L'institut essaie toujours de susciter beaucoup d'enthousiasme pour que les stagiaires ne partent pas de là déprimés en espérant trouver un nouvel emploi en relations publiques. Je crois que ce que j'envisage est un mélange de toutes ces choses.

Qu'arrive-t-il aux journalistes en début de carrière? Les écoles sont excellentes et très compétitives. Elles portent un jugement critique sur votre travail et ne vous laissent pas réussir sans un



are spectacularly harsh sometimes, to make sure you have the mettle to work in a newsroom.

Once you get there, you can go months and years without anything beyond on-the-job training. It is not through a malignant approach of the employer. Professional development and performance management, and that type of thing have happened to mature industries. Journalism is not yet a terrifically mature business. We are still largely fashioned as a craft. We resist a lot of the professional standards. We seem to enjoy the fact that we do not have them, but, at the same time, we know our responsibilities are supremely high. We know that we have an obligation to bone up on the most complex things existing in the world.

It is hard to get from here to there. You often are left on your own, or with a mentor or two, in a newspaper. I think professional development is something whose time has come.

**Senator Gustafson:** Mr. LaPointe, I want to say that you brought a very interesting witness, especially on big media and small media.

I will use an example of my own experience of 24 years in politics. Big media never knew I was there in rural Canada. Small media, 15 newspapers in rural Canada, covered every step I took. Maybe had big media followed me I would not have survived, who knows?

However, there is something happening in Canada and that is the collapse of rural Canada. In Western Canada, Western alienation is very active and it appears to me that media plays a part in this. I would like to hear your comments on that and what could be done about that?

**Mr. LaPointe:** That is a very tough and large question with which I have had to contend on a number of fronts in the organizations I have run. At CTV we actually created a job that was all about rural issues. We decided that there was something vital to be heard from smaller communities and the agricultural sector. There was an entire, different country out there that was not making it to our airwaves. We took it upon ourselves to create the beat and place it in Saskatchewan. We moved other efforts into different places. We had developed a beat on food safety, again to try to bring greater expertise to the real clash that is taking place out there on fronts like the food supply and genetic engineering. These are areas where I think we are susceptible, as media, to hearing loud cries, to going to press conferences and to accepting the protest noise without further studying it. We were trying to bring greater sense and expertise to what can often be a bit of a shouting exchange.

travail sérieux. Les entrevues d'entrée sont parfois extrêmement sévères parce qu'on veut s'assurer que vous avez assez de courage pour tenir le coup dans la salle de rédaction.

Une fois engagé, le journaliste peut passer des mois et des années sans recevoir autre chose qu'une formation sur le tas. Ce n'est pas de la mauvaise volonté de la part de l'employeur. Le perfectionnement professionnel, la gestion du rendement et les choses du même genre se produisent dans les industries qui ont atteint un certain degré de maturité. Ce n'est pas le cas du journalisme. Nous sommes encore organisés dans une grande mesure comme un corps de métier. Nous sommes très réticents face aux normes professionnelles. Nous semblons nous féliciter du fait que nous n'en avons pas. En même temps, nous savons que nous avons de très lourdes responsabilités. Nous savons que nous avons l'obligation de travailler très fort sur certaines des questions les plus complexes du monde.

Il est difficile d'aller d'un endroit à l'autre. On doit souvent agir de sa propre initiative ou avec l'aide d'un mentor au journal. Je crois donc qu'il est temps de penser sérieusement au perfectionnement professionnel.

**Le sénateur Gustafson:** Monsieur LaPointe, vous avez été un témoin très intéressant, surtout en ce qui concerne les grands et les petits médias.

Je vais vous donner un exemple basé sur mon expérience de 24 ans en politique. Les grands médias ne se sont jamais souciés de mon existence dans le Canada rural. Quant aux petits médias, il y a quinze journaux du Canada rural qui ont couvert chacun de mes pas. Si les grands médias s'étaient occupés de moi, je n'aurais peut-être pas survécu. Qui sait?

Quoi qu'il en soit, il y a quelque chose qui se passe au Canada. C'est l'effondrement des régions rurales. L'aliénation de l'Ouest est une réalité concrète, dans laquelle j'ai l'impression que les médias ont joué un rôle. Qu'en pensez-vous? Que peut-on faire à ce sujet?

**M. LaPointe:** Voilà une question particulièrement étendue et difficile que j'ai dû affronter à plusieurs reprises dans les organisations que j'ai dirigées. À CTV, nous avons en fait créé un poste spécialisé essentiellement dans les questions rurales. Nous avons décidé qu'il y avait dans les petites localités et dans le secteur agricole des éléments vitaux sur lesquels nous devons être renseignés. On trouvait là tout un monde différent qui ne se manifestait pas sur les ondes. Nous avons pris sur nous de créer ce poste et de le situer en Saskatchewan. Nous avons aussi déplacé d'autres activités. Nous avons créé un poste responsable de la sécurité alimentaire, encore une fois pour essayer de saisir l'affrontement qui se produit dans des domaines tels que la chaîne alimentaire et le génie génétique. Ce sont des secteurs dans lesquels les journalistes sont susceptibles d'entendre de grands cris, d'aller à des conférences de presse et d'accepter les protestations bruyantes sans trop se poser de questions. Nous avons essayé de mieux comprendre ce qui se passait, de connaître le point de vue des experts sur ce qui se resumait souvent à des échanges bruyants.

As for the issue of Western alienation, I have worked here for nearly 15 years and I heard routinely in both houses, and at committee level, and certainly among the MPs and senators who were from the West, that there was a national media that really did not pay much attention to them. I think it has frequently been a fair point.

The last time I was at the Canadian Press we still had an agricultural beat. We still considered it important because we had so many newspaper members in the West that were looking for news from this city. When you fail to cover things, when you fail to return a message home from Ottawa, you contribute to the disconnection. It becomes one of those issues like the tree falls in the forest and no one hears it. There are vast amounts of work being done day by day in this precinct that are never reported back. They could be tremendously relevant to those communities, but the resources are not applied to them. I know it was extremely difficult to balance, as a manager, when you looked at your available resources, your available talent, and tried to put equitability into your system.

The good organizations continue to do it. They consider regional coverage every bit as important as their overall national coverage. Local coverage still is uppermost in the minds of any media I know. We run the risk of creating a phony national dialogue if we do not continue to honour the things that take place in our regions and the work that is done in the national capital for our regions. I concede that there is a real point in what you say.

**Senator Gustafson:** You mentioned American media several times. I live 20 miles from the U.S. border and I would say, within the 100 miles of the U.S. border there is a strong American influence, even in the media, in this way. If I wanted to get the market on cattle or on grain, I would put on Williston radio station because it is almost impossible to get it in Canada.

You can get it if there is a farm broadcast on Saturday morning, but if you want to get the market currently and every day, you turn on the American station.

They have had rural problems too. All you have to do is drive through North Dakota and Montana and it is, in some cases, more deflated than Saskatchewan. The media is there. You hear the same thing in advertising and in general consensus. I would like to hear your response to that.

Canada is becoming very quickly an urban-controlled society. In the country where land is so important, it seems that, in my opinion, we are missing something very serious.

**Mr. LaPointe:** The importance is to not lose that perspective, all the while making sure that you document and chronicle the tremendous changes taking place in our urban communities right now.

Pour ce qui est de l'aliénation de l'Ouest, j'ai travaillé ici pendant une quinzaine d'années. J'ai régulièrement entendu dire dans les deux chambres, aux comités et parmi les députés et les sénateurs de l'Ouest que les médias nationaux ne se souciaient pas beaucoup de cette région du pays. Souvent, ces observations étaient exactes.

La dernière fois que j'ai travaillé pour la Presse Canadienne, nous avions encore un secteur agricole. Nous pensions qu'il avait encore un rôle important à jouer parce qu'il y avait dans l'Ouest tant de journaux membres qui attendaient des nouvelles de la capitale. Quand on omet de couvrir un événement, quand on ne renvoie pas chez soi un message d'Ottawa, on contribue à l'aliénation. Cela devient semblable à la chute de l'arbre dans la forêt dont personne ne s'aperçoit. Il y a de nombreuses activités qui se produisent tous les jours dans ce secteur dont nous ne donnons aucun compte rendu. Ces activités peuvent avoir une grande importance pour certaines localités, mais on n'y consacre pas les ressources nécessaires. Je sais que, pour un gestionnaire, il était extrêmement difficile de réaliser l'équilibre compte tenu des ressources et des compétences disponibles.

Les bonnes organisations continuent à le faire. Elles considèrent la couverture régionale tout aussi importante que la couverture nationale. La couverture locale est très présente et très importante pour tous les médias que je connais. Nous courons le risque de créer un faux dialogue national si nous ne continuons pas à attribuer une importance suffisante à nos régions et au travail que se fait pour elles dans la capitale nationale. J'admets volontiers que vous avez soulevé un argument important.

**Le sénateur Gustafson:** Vous avez parlé à plusieurs reprises des médias américains. Je vis à une trentaine de kilomètres de la frontière et je dirais que l'influence américaine est très forte dans une bande d'environ 150 kilomètres au sud de la frontière, même dans les médias. Si je veux connaître les chiffres du marché du bétail ou des céréales, j'écoute le poste de radio de Williston parce qu'il me serait presque impossible d'obtenir ces renseignements au Canada.

Vous pouvez les trouver en écoutant une émission agricole le samedi matin, mais si vous avez besoin des chiffres quotidiens du marché, vous avez recours à la radio américaine.

Les Américains aussi ont eu des problèmes ruraux. Il suffit de conduire dans le Dakota du Nord ou dans le Montana pour constater que, dans certains cas, la situation y est pire qu'en Saskatchewan. Les médias sont là. On entend dire la même chose dans la publicité et tout le monde en convient. J'aimerais savoir ce que vous en pensez.

Le Canada devient très rapidement une société sous contrôle urbain. À la campagne, où la terre est tellement importante, il me semble que nous sommes en train de passer à côté de quelque chose de très important.

**M. LaPointe:** Le plus important est de ne pas perdre cela de vue, tout en veillant à documenter et à enregistrer au jour le jour les changements extraordinaires qui se produisent dans nos collectivités urbaines en ce moment.



There is also, I think, fair criticism of media that it did not keep abreast of what was happening in our cities, particularly as the complexion of our population changed, as we developed greater multiculturalism and greater ethnicity in centres like Toronto, Vancouver, Montreal and Ottawa.

This was a profound change in our demography and, as media, we did not keep up. We neither portrayed the situation all that well, nor did we employ people who had a better sense of communities within our community, to tell the story. I think cultural diversity is still a profound challenge for all media.

However, your point is not lost in this either as one of relevance. You have to make sure that your diversity includes many other factors, that it is multidimensional, and that it includes the rural diversity of our country.

**Senator Merchant:** I am from Regina. I want to follow up on Senator Gustafson's point. Sometimes, out in the regions we feel that we have good journalists, but they do not stay for long. They all seem to gravitate toward Toronto, or one of the other big centres. I see good journalists and the CBC pulls them into Toronto. We have this problem out there. I do not know why we cannot keep them, whether it is the corporations, the businesses that want to be centrally located and have the good journalists working for them from there.

**Mr. LaPointe:** It is an interesting phenomenon, but there is another thing that has been in play for a dozen years, which is that Ottawa is no longer considered such a brilliant career destination. When I came into the business I would have done anything to get here. I was lucky to get here within a year of joining the Canadian Press. In my view, I had died and gone to heaven. At the time there were not many of us under the age of 25 or 30. These days, it is difficult to persuade many young journalists to come to this city. Largely what you see is a bit of poaching that takes place between organizations.

I find that is an interesting phenomenon. I have been thinking of doing some writing about it. I think it has something to do with the nature of the way government has treated information in the last decade or so. It has a lot to do with the fact that opposition parties have been so splintered and have had real challenges to develop sustainable opposition or drive with governments, particularly in the Commons. I think Ottawa just has not been as interesting as a result.

Toronto still holds a great deal of fascination for people until they realize that they have to add an extra zero on the end to buy a house.

Ottawa is still a great place for its media diversity and to acquire mid-career skills. Interestingly, it is not an easy place to recruit people into national bureaux. There used to be tremendous competition for any organization to get here but now,

On a également critiqué les médias, à juste titre, je crois, parce qu'ils ne se sont pas tenus au courant de ce qui se passait dans nos villes, particulièrement en ce qui concerne l'évolution de la composition démographique à mesure que se développaient le multiculturalisme et l'ethnicité dans des centres tels que Toronto, Vancouver, Montréal et Ottawa.

Le tissu urbain s'est profondément modifié, mais les médias n'ont pas suivi l'évolution. Nous n'avons ni donné une représentation exacte de la situation ni engagé des gens assez proches des changements pour en informer le public. Je crois que la diversité culturelle constitue encore un grand défi pour les médias.

Toutefois, votre argument demeure très pertinent. Il faut veiller à ce que la diversité comprenne bien d'autres facteurs, qu'elle soit pluridimensionnelle et qu'elle tienne compte de la diversité rurale du pays.

**Le sénateur Merchant:** Je suis de Regina. Je voudrais aborder la même question que le sénateur Gustafson. Il nous arrive, dans les régions, de nous rendre compte que nous avons de bons journalistes, mais ils ne restent pas longtemps. Ils semblent tous subir être irrésistiblement attirés par Toronto ou un autre grand centre. Dès que nous avons de bons journalistes, Radio-Canada nous les enlève pour les envoyer à Toronto. C'est vraiment un problème. Je ne sais pas pourquoi nous n'arrivons pas à les garder. C'est probablement le fait que les grandes sociétés veulent avoir leur siège à un endroit central et garder là les bons journalistes.

**M. LaPointe:** C'est un phénomène intéressant, mais il y en a un autre qui se manifeste depuis une douzaine d'années: Ottawa n'est plus considéré comme la destination d'une brillante carrière. Quand j'ai commencé, j'aurai fait n'importe quoi pour aller là. J'ai eu la chance d'être nommé à Ottawa dans l'année qui a suivi mon engagement à la Presse Canadienne. À ce moment, j'avais l'impression d'être arrivé au paradis. Peu d'entre nous avaient alors 25 à 30 ans. Aujourd'hui, il est difficile de persuader les jeunes journalistes de venir à Ottawa. Les différents organismes font un peu de «débauchage» pour obtenir les meilleurs.

Je trouve le phénomène intéressant. J'ai même pensé à écrire quelque chose à ce sujet. Je crois que cela est lié dans une certaine mesure à la façon dont le gouvernement a traité l'information dans les dix dernières années. Cela est également lié à la division qui règne dans les partis d'opposition, division qui les a empêchés d'influencer efficacement l'action du gouvernement, particulièrement aux Communes. Par conséquent, Ottawa n'est plus aussi intéressant qu'il l'a déjà été.

Toronto demeure fascinant pour beaucoup de gens jusqu'à ce qu'ils se rendent compte du prix qu'il faut payer pour acheter une maison.

Ottawa est encore intéressant à cause de la diversité de ses médias et de l'occasion qu'on y a d'acquérir de nouvelles compétences à mi-carrière. Fait curieux, ce n'est pas un endroit où il est facile de recruter pour les bureaux nationaux. Il y a déjà

organizations will often bypass their own people because they do not feel they are the strongest and so they hire locally.

**Senator Gustafson:** It appears to me that Montreal does not have the draw that Toronto has. On the other hand, Vancouver is a kind of isolated community being on the other side of the Rockies. They tend to run their own program as if they were in a different country.

**Mr. LaPointe:** The language issue is an important factor in moving into Montreal. You should not be working there if you are not fluently bilingual. In Ottawa, bilingualism is an asset but it is not a prerequisite. It is easy enough to get along because of translation services and because so many of our representatives are bilingual and the public service as well. One can be unilingual and still function well in this city. However, in Montreal an important language issue has to be honoured.

**The Chairman:** I would observe that Montreal is for francophone journalists even more important than Toronto is for anglophone journalists in Canada.

**Senator Oliver:** Welcome, Mr. LaPointe. I must commend you for your introductory remarks. I want you to know that I am long-time fan of convergence because for me it was a way of getting more information at a lower cost.

**Senator Graham:** We discussed that in Bill C-62.

**Senator Oliver:** — yes, among others. It was a way of gaining greater access to more information more quickly and more conveniently. I have four specific questions to ask you based on your experience. Convergence refers to obtaining information from newspaper, radio, satellites and TV, et cetera. In my opinion, there is still room for what I call the “weekly newspaper” and for “independent newspapers.” Is it in Canada’s interest to find ways of strengthening our independent newspapers?

For instance, there is only one independent provincial newspaper left in Canada, *The Halifax Chronicle Herald*. It seems to me, subject to what you have to say, that there is a real need to find a way of strengthening it to ensure that we avoid the problems of big conglomerates. What could we do to strengthen independent newspapers? What could we do to strengthen the need for weekly newspapers? They are incredibly important. I too live in a rural area and read the local papers that talk about the issues that concern us, whereas the national newspapers do not.

Most people do not have anything against the wonderful investigative journalism in print but they do seem to have something against the reporting journalism on television news and the commentaries that are highly subjective, often misleading and often looking for headlines. My third question is: What do you recommend we do about the inappropriateness and the subjectivity and lack of objectivity in so much of our news reporting on public events? You said in your introduction that

eu une grande concurrence entre organisations pour recruter ici. Aujourd’hui, cependant, les organisations écartent souvent les membres de leur personnel parce qu’elles n’ont pas l’impression qu’ils sont les plus forts. Elles préfèrent donc recruter localement.

**Le sénateur Gustafson:** Je n’ai pas l’impression que Montréal a le même attrait que Toronto. Par ailleurs, Vancouver est plus ou moins isolé, étant de l’autre côté des Rocheuses; on a tendance, là, à fonctionner d’une façon différente comme s’il s’agissait d’un autre pays.

**M. LaPointe:** La langue est un facteur important s’il faut aller à Montréal. C’est une ville à éviter si on n’est pas parfaitement bilingue. À Ottawa, le bilinguisme est un atout, mais il n’est pas indispensable. Il est relativement facile de s’en passer à cause de la présence de services de traduction et parce que tant de nos représentants sont bilingues, de même que les services au public. On peut être unilingue et travailler sans difficulté dans cette ville. Ce n’est pas le cas à Montréal.

**La présidente:** Je noterai cependant que Montréal est encore plus important pour les journalistes de langue française que Toronto ne l’est pour les journalistes anglophones du Canada.

**Le sénateur Oliver:** Je vous souhaite la bienvenue au comité, monsieur LaPointe. Je tiens à vous féliciter pour votre exposé préliminaire. Permettez-moi de vous dire que je suis un partisan de longue date de la convergence qui, pour moi, représente un moyen d’obtenir plus d’information à un moindre prix.

**Le sénateur Graham:** Nous en avons discuté dans le projet de loi C-62.

**Le sénateur Oliver:** Oui, entre autres choses. C’est un moyen d’avoir accès à plus d’information d’une façon plus rapide et plus commode. J’ai quatre questions précises à vous poser, compte tenu de votre expérience. La convergence consiste à obtenir de l’information des journaux, de la radio, des satellites, de la télévision, et cetera. À mon avis, il reste encore de la place pour ce que j’appelle les hebdomadaires et les journaux indépendants. Est-ce dans l’intérêt du Canada de trouver des moyens de renforcer les journaux indépendants?

Par exemple, il ne reste plus au Canada qu’un seul journal provincial indépendant, le *Halifax Chronicle Herald*. Il me semble, sous réserve de ce que vous aurez à dire, que nous avons vraiment besoin de trouver un moyen de le renforcer pour éviter le problème des grands conglomerats. Que pouvons-nous faire pour renforcer les journaux indépendants? Que pouvons-nous faire pour encourager les hebdomadaires? Ils sont incroyablement importants. Je vis, moi aussi, dans une région rurale. Je lis les journaux locaux qui parlent des questions qui nous intéressent et qui sont totalement absentes des quotidiens nationaux.

La plupart des gens n’ont rien contre le journalisme d’investigation dans la presse écrite, mais je crois qu’ils n’aiment pas les reportages présentés aux actualités télévisées ainsi que les commentaires hautement subjectifs, qui sont parfois trompeurs et qui ne visent quelquefois qu’à épater. Ma troisième question est la suivante: Qu’est-ce que vous nous recommandez de faire au sujet de l’inconvenance, de la subjectivité, du manque d’objectivité de tant des reportages présentés dans le cadre des actualités? Vous



you were writing a book. What is in that book that may be relevant to the subject matter that you would like to share with us?

**Mr. LaPointe:** I will not give that one away.

Concerning your third question on commentary, there is no question that our craft has been derided in the last number of years for the insinuation of commentary into straight news reporting and the lack of labelling of it. There is a great, healthy need for opinion in newspapers, and I think the perspectives are often what people remember most about a newspaper. However, they have to be clearly labelled as to commentary or opinion, et cetera. Occasionally, one might label an article or item an "analysis" but I would stop short of doing that.

The trouble comes when the item is not labelled and is simply incorporated into a news story because a reporter or an editor decided that there are things to say about the issue. They steer away from what I would consider to be important contextual background, synthesis of viewpoints and important relevant background into editorializing. There is no place for that because it is shabby journalism. In those cases, the public should phone and write letters about it to ensure that the newspaper knows that the public is alert.

**Senator Oliver:** Is it the public's responsibility? This is one area that brings into disrepute your whole profession.

**Mr. LaPointe:** What else is there but a public that will vote with its pocketbook or with its feet and move away if it feels ill-served by the media. It is incumbent on the public to demand the best media. Inasmuch as I know that that is heavy lifting and a little tedious for everyone who is busy during the course of a day, I do not see another way. The craft knows that it has standards in that respect. Journalists know individually that they should not do it but sometimes people are naughty. It does not get picked up in a newsroom; and it gets into a paper or on the air.

The only way to deal with it is to use the good recourses that do exist. Letters to the editor get the attention of the editor. I have been one and I paid a great deal of attention to the kind of concerted public complaint about our conduct. It is good to make the phone calls and send e-mails, and rally your friends and neighbours on the issue, to say that it was out of line. Those kinds of small-scale sieges make a difference in efforts to correct bad behaviour. In the end, if you feel it is way out there, there are press councils that work with many papers, in most cases. Not all papers belong to a press council but those that do belong pay pretty critical attention to the deliberations of the councils.

For better or worse, it is often in the public's hands. Again, harkening back to the issue of professional development, you can work through these kinds of things in a setting where there is more concerted discussion about the qualities of the craft so that people understand the great distinction between legitimate, contextual and analytical work in their journalism, and deciding to provide an opinion that is in the wrong place.

avez dit dans votre introduction que vous étiez en train d'écrire un livre. Y a-t-il quelque chose à ce sujet dans ce livre dont vous puissiez nous parler?

**M. LaPointe:** Non, je ne peux pas parler de mon livre.

Quant à votre troisième question concernant les commentaires, il n'y a pas de doute que notre profession a souffert dans les dernières années du fait que des commentaires sont glissés dans les nouvelles sans être identifiés comme tels. Il est nécessaire et sain d'inclure des textes d'opinion dans les journaux. Souvent, les points de vue présentés sont ce que les gens retiennent le plus lorsqu'ils lisent le journal. Toutefois, ces textes doivent être clairement identifiés. À l'occasion, on peut dire d'un article qu'il s'agit d'une «analyse», mais j'hésiterais à le faire moi-même.

Les ennuis commencent quand le commentaire n'est pas identifié et qu'il est simplement inclus dans une nouvelle parce qu'un reporter ou un rédacteur a décidé de donner son point de vue sur une question. Ce faisant, il présente une opinion au lieu de donner un contexte, une synthèse des points de vue exprimés par les intervenants ou des éléments importants de l'environnement. À mon avis, c'est du mauvais journalisme, qu'il faudrait éliminer. Dans ces cas, le public devrait téléphoner ou écrire pour montrer au journal en cause qu'il demeure vigilant.

**Le sénateur Oliver:** Est-ce bien la responsabilité du public? C'est un aspect qui discrédite toute votre profession.

**M. LaPointe:** Qu'y a-t-il d'autre qu'un public qui exprime sa volonté avec son portefeuille et qui cesse d'accorder sa clientèle s'il s'estime mal servi par un média? Il incombe au public de réclamer ce qu'il y a de mieux. Je sais bien que c'est pénible et un peu ennuyeux pour tout le monde parce qu'on est occupé pendant la journée, mais je ne vois pas d'autre moyen. La profession sait qu'elle a des normes à respecter à cet égard. Chaque journaliste sait qu'il ne doit pas le faire. Parfois, il le fait quand même. Cela peut passer inaperçu dans une salle de nouvelles ou de rédaction, puis on le retrouve dans le journal ou sur les ondes.

La seule façon de s'attaquer au problème est d'utiliser les bons recours qui existent. Les lettres à la rédaction attirent l'attention du rédacteur en chef. Ayant déjà occupé ce poste, je sais que le rédacteur en chef accorde beaucoup d'attention aux plaintes concertées du public au sujet de notre conduite. Il est utile de faire des appels et d'envoyer des messages électroniques, de réunir vos amis et vos voisins et de dire bien fort que ce genre de conduite est inacceptable. Les campagnes publiques de ce type ont des effets quand il s'agit de corriger un mauvais comportement. Si tout cela n'a pas de résultats, il reste encore les conseils de la presse qui ont une certaine influence sur un grand nombre de journaux. Les journaux n'appartiennent pas tous à ses conseils, mais ceux qui sont membres font très attention à leurs délibérations.

Pour le meilleur ou pour le pire, la situation dépend souvent du public. Pour revenir encore une fois à la question du perfectionnement professionnel, il serait possible dans ce cas d'organiser des discussions sur les qualités recherchées dans la profession pour qu'il soit possible aux journalistes participants de comprendre la distinction à faire entre les commentaires légitimes, les renseignements qui permettent de situer le contexte, le travail analytique et les opinions pures et simples.

Independents and weeklies are definitely a diminishing breed in the independent daily paper arena. However, the weeklies in this country are booming because they found that below the local daily paper or the national newspaper there exist tremendous opportunities to cover the communities. I read mine in Port Perry, Ontario, where we have two, local community papers. Of course, they are tremendous, affordable advertising vehicles for the communities, whereas the daily paper might be out of reach. These papers thrive and the weekly is one of the few areas of growth in the industry right now.

Again, if you want to use the tide to lift all the boats, training and development would have as grand an impact in a small place as it would have on any larger organization. It would also provide the kind of equal access to expertise that is often out of the reach of some of the smaller organizations.

Those are my main comments. May I ask what your first question was, Senator?

**Senator Oliver:** My three questions included independent newspapers, weeklies and investigative journalism.

You have pretty well answered them all. You did not want to comment on the book.

**Mr. LaPointe:** Perhaps I will comment some day. I want to point out the issue about convergence again. We are now in a phase that was roughly like the phase that television found itself in during its first five to 10 years where almost everyone who had a radio show got a TV show. They then found that some people sweat on camera, do not look at the camera and had odd mannerisms. Television needed its own talent to define the medium.

We are still some distance away from defining a convergent media. I do not know if it will be a translucent tablet that you can carry around with you that will have moving pictures, audio, and text and be able to find things worldwide. I do not know if it will look like the newspaper that was being read on the commuter train in the movie *Minority Report* that looked fabulous. Will it be a blanket of Mylar? Will it be small or large? The days ahead will tell us that.

In the meantime, we do not have anything to judge or assess, but we ought to be encouraging people to experiment and create this. If anything, we should ensure we are not taking a back seat to other countries in developing this technology.

**Senator Phalen:** I am hoping this is a supplementary to Senator Oliver's question.

Could you give us some comments on the idea of a national media ombudsman? It was suggested at this meeting at other times. It seems to flow from your first question. Could you give us your opinion on that?

La presse indépendante et les hebdomadaires sont effectivement sur le déclin, notamment pour ce qui est des quotidiens indépendants. Toutefois, les hebdomadaires canadiens se portent très bien parce qu'ils ont compris qu'au-dessous des quotidiens locaux et nationaux, ils ont une excellente occasion de couvrir les localités régionales. Je lis le mien à Port Perry, en Ontario, où nous avons deux quotidiens locaux. Bien sûr, ce sont d'excellents moyens très abordables de faire de la publicité dans les petites localités, où le recours aux quotidiens peut être beaucoup trop coûteux. Ces journaux font de bonnes affaires. Les hebdomadaires représentent l'un des rares secteurs de croissance de l'industrie en ce moment.

Encore une fois, si vous voulez profiter de la marée pour renflouer tous les bateaux, la formation et le perfectionnement auraient autant d'impact dans un petit endroit que dans une grande organisation. Ils assureraient également le genre d'égalité d'accès aux compétences qui est souvent hors de portée pour beaucoup de petites organisations.

Ce sont mes principales préoccupations. Puis-je vous demander de me rappeler votre première question, sénateur?

**Le sénateur Oliver:** Mes trois questions portaient sur les journaux indépendants, les hebdomadaires et le journalisme d'investigation.

Vous avez plus ou moins répondu à toutes, mais vous n'avez pas parlé de votre livre.

**M. LaPointe:** J'en parlerai peut-être un autre jour. Je voudrais revenir de nouveau sur la question de la convergence. Nous en sommes actuellement à un stade qui correspond à peu près à la situation dans laquelle la télévision se trouvait dans ses cinq à dix premières années lorsque presque tous ceux qui écoutaient des émissions radiophoniques ont commencé à regarder des émissions télévisées. Ils ont alors découvert que certains animateurs transpiraient et que d'autres avaient de la difficulté à regarder les caméras en face ou avaient des tics bizarres. La télévision avait besoin de ses propres talents pour arriver à se définir.

Nous sommes encore assez loin de la définition d'un média convergent. Je ne sais pas s'il s'agira d'une tablette translucide qu'on pourra apporter avec soi et sur laquelle on pourra voir des images, écouter des sons, lire du texte ou faire des recherches un peu partout dans le monde. Je ne sais pas si ce média ressemblera au journal qu'on lit dans le train de banlieue, dans le film *Minority Report*, s'il sera fait de mylar ou s'il sera grand ou petit. Seul l'avenir nous le dira.

Entre-temps, nous n'avons rien à juger ou à évaluer, mais nous devrions encourager les gens à expérimenter et à créer. Nous devrions au moins nous assurer que nous ne prenons pas de retard par rapport aux autres pays dans le développement de cette technologie.

**Le sénateur Phalen:** J'ai une question qui fait suite à celle du sénateur Oliver.

Que pensez-vous de l'idée d'un ombudsman national des médias? Certains témoins en ont parlé au comité. L'idée semble découler de votre première question. Pouvez-vous nous donner votre avis à ce sujet?



**Mr. LaPointe:** I have blown hot and cold on ombuds depending on whether I was running a news organization where one could be used. I have had to park self-interest at times.

I have come to the conclusion that ombuds serve a great role, but they should not take the editor, the executive producer or the president of news off the hook. I found it was important when I was editing the paper in Hamilton to have a phone number that was listed in the book where readers could find me, complain to me directly and cause me to rethink some of the things that we had done.

There is also a tremendous role in all of our media for the managers, leaders and more prominent people to talk about the processes and their decisions with the public. The public brings a newspaper into its home six or seven days a week. It brings a newscast into its home seven or more times a week. Yet, we do precious little explaining as a craft how we arrived at a decision, why we went right instead of left and what we learned subsequent to a decision.

It is not self indulgent at all. It is a profound community service. More media outlets should be explaining themselves because there is tremendous loyalty, trust, equity and currency in our communities. There is great generosity of spirit among people who buy newspapers or watch newscasts that we are not bothering to engage.

These are people that really do care about their local papers, national paper and local newscasts. They would like to know more. They do not specifically want to know what the anchor earns, but they want to know why a particular story was played or why a particular emphasis was chosen. Some of the better papers in the country are beginning to develop a sense of that explanation because there is not only a keen interest but also a right at play among the consumers.

I would say that an ombud serves as a form of appeal when initial entreaties to the news desk or executive producers go unheard. They are also good independent investigators. They study what is being produced every day. They look for areas of inconsistency and areas for improvement. They serve as a good detached voice that can provide sensible advice and understand how a newsroom works. The danger of getting too far detached from a newsroom is that you do not know its ecosystem well.

My only concern about having a national office of that sort would be that there are really peculiar local situations that affect and influence all our media. I do not know how you could ever find a place that would so intimately know how to deal with some of those intricacies and some of those decision-makings. You would spend much effort educating yourself and little time being able to pronounce.

**M. LaPointe:** J'ai déjà été pour et contre les ombudsmans selon l'endroit où je travaillais. À certaines occasions, il a fallu que je mette de côté mes intérêts personnels.

Je suis arrivé à la conclusion que les ombudsmans ont un grand rôle à jouer, mais qu'ils ne devraient pas se substituer au rédacteur en chef, au chef de production ou au directeur des nouvelles. Quand j'étais rédacteur en chef à Hamilton, je trouvais qu'il était important de faire figurer dans l'annuaire un numéro où les lecteurs pouvaient me joindre pour se plaindre directement à moi et m'amener à repenser certaines choses.

Dans tous nos médias, les gestionnaires, les cadres et les dirigeants ont également un rôle très important à jouer en parlant aux gens de ce que nous faisons et des décisions prises. Les gens apportent le journal chez eux six ou sept jours par semaine. Ils écoutent les actualités télévisées chez eux six ou sept fois par semaine ou plus souvent. Pourtant, notre profession leur donne bien peu d'explications sur sa façon de prendre des décisions, sur les raisons pour lesquelles nous avons choisi d'aller à droite plutôt qu'à gauche et sur ce que nous avons appris après avoir pris notre décision.

Ce n'est pas de la complaisance envers soi-même. C'est un grand service à rendre à la collectivité. Davantage de médias devraient s'expliquer parce qu'il y a énormément de loyauté, de confiance et d'équité dans nos collectivités. Il y a une grande générosité d'esprit parmi ceux qui achètent le journal ou qui écoutent les actualités, mais que nous ne prenons pas la peine de consulter.

Ce sont des gens qui se soucient vraiment de leur journal local, de leur quotidien national et de leurs nouvelles locales. Ils aimeraient en savoir davantage. Ils ne tiennent pas particulièrement à connaître le salaire du présentateur des nouvelles, mais ils veulent savoir pourquoi une nouvelle est passée ou pourquoi nous avons choisi de donner plus d'importance à un événement qu'à un autre. Certains des bons journaux du pays commencent à se rendre compte de l'importance de ces explications, non seulement à cause de l'intérêt manifesté par les consommateurs, mais aussi parce que c'est leur droit de savoir.

Je dirais qu'un ombudsman représente un mécanisme d'appel quand une intervention auprès de la salle de rédaction ou du chef de production ne donne pas de résultats. C'est aussi un bon enquêteur indépendant, qui étudie ce qui est produit tous les jours. Il cherche les incohérences et les domaines susceptibles d'amélioration. C'est une voix indépendante qui peut donner des conseils pratiques et comprendre le fonctionnement d'une salle de nouvelles. Il ne faut cependant pas trop s'écarter de la salle des nouvelles car on court le risque de ne pas tenir compte du milieu.

Ma seule crainte, si nous avons un bureau national de ce genre, c'est qu'il y a des situations locales très particulières qui influent sur tous nos médias. Je ne sais pas comment vous pourriez trouver des gens qui connaissent suffisamment le milieu pour s'occuper des situations et des décisions les plus délicates. Il faudrait passer beaucoup de temps à se familiariser avec le milieu, ce qui ne laisserait pas assez de temps pour se prononcer.

The importance of a good ombud locally is that it is almost real time reaction. Weeks should do not go by. The public does not forget about a particular issue before it resurfaces in a report.

I used to like the fact that I could write a column every Saturday and explain things that had happened in the paper, because I felt they were fresh enough for my readers to remember. If you put any distance and time between the initial action and the response, you lose the impact.

**Senator Gustafson:** In response to the question of Senator Oliver, is there any interrelation between the big media and the small media? I will use an example from last week.

I was riding a tractor. An announcement comes over the radio that Paul Martin was in Regina. He made the statement that if he ran a term and did not change the sad situation of agriculture in Western Canada that he would consider his term a failure. I went to the house. My youngest son came in and said, "Dad, did you hear Paul Martin?" I said, "Yes, I heard, and I thought that was good news."

As a Conservative, I do not want to give him a political plug, but you never read a thing about that down here. That was big news out there for every young farmer and every old farmer. Someone was paying attention to a serious situation and yet, I did not see it in the *National Post* or *The Globe and Mail*.

Is there anyone who monitors what is happening out there?

**Mr. LaPointe:** Yes, there is. I worked nearly 15 years for the Canadian Press, the national news agency. It enjoys almost universal membership among the daily newspapers, among most of the private broadcasters and a number of periodicals that contribute news in real time and is broadly distributed across the country. In some cases, it distributes only regionally, but mostly nationally.

The organization has existed now for nearly 85 years. That is the most critical relationship between big and small media. One great thing that a cooperative such as that provides is that it permits the smallest organizations to benefit from the largest organization's coverage.

Some will complain that this leads to some sort of homogeneity of information when everyone can carry the same thing. It is a small trade-off when you consider what it gives people.

CP was founded in the First World War to permit Canadian correspondents to travel to the front and to report for all the papers. That kind of pooling of resources is critical when you are dealing with such a range of economic models in our media, where small media operations might easily have total revenues of under \$1 million, and some have hundreds of millions. It is a nice equalizer and permits a sharing. However, you cannot guarantee, just because it is distributed, that it will then be published.

L'intérêt d'un bon ombudsman local réside dans la rapidité possible de sa réaction. Il ne faudrait pas avoir à attendre pendant des semaines. Le public ne devrait pas avoir oublié une affaire avant qu'elle ne fasse l'objet d'un rapport.

J'aimais bien ma rubrique du dimanche dans laquelle j'expliquais les événements de la semaine, parce qu'ils étaient encore frais dans la mémoire de mes lecteurs. Si trop de temps passe entre l'événement initial et la réaction, on perd beaucoup de l'impact.

**Le sénateur Gustafson:** En réponse à la question du sénateur Oliver, diriez-vous qu'il y a des rapports entre les grands et les petits médias? J'utiliserai un exemple de la semaine dernière.

Pendant que je conduisais mon tracteur, j'ai appris en écoutant la radio que Paul Martin était à Regina. Il avait déclaré que si, après avoir terminé un mandat, il n'avait pas changé la triste situation de l'agriculture dans l'ouest du Canada, il considérerait que son mandat avait été un échec. Mon plus jeune fils est venu et m'a dit: «Papa, as-tu entendu ce qu'a dit Paul Martin?» J'ai répondu: «Oui, je sais, ce sont de bonnes nouvelles».

À titre de conservateur, je n'essaie pas de favoriser Paul Martin, mais vous n'en avez sûrement pas entendu parler ici. C'était quelque chose de très important pour tous les agriculteurs jeunes et moins jeunes. Quelqu'un s'était soucié d'une grave situation. Pourtant, je n'ai rien vu à ce sujet dans le *National Post* ou le *Globe and Mail*.

Y a-t-il quelqu'un qui suit ce qui se passe là-bas?

**M. LaPointe:** Oui. J'ai travaillé pendant près de 15 ans pour la Presse Canadienne, qui est l'agence de presse nationale. Presque tous les quotidiens, la plupart des radiodiffuseurs privés et un certain nombre de périodiques en sont membres. L'agence produit en temps réel des nouvelles qui sont largement diffusées dans tout le pays. Dans certains cas, la distribution est régionale, mais elle surtout nationale.

L'agence existe depuis près de 85 ans. C'est le rapport le plus critique qui existe entre les grands et les petits médias. L'un des avantages d'une coopérative de ce genre, c'est qu'elle permet aux petites organisations de profiter de la couverture des grandes.

Certains se plaignent, disant que cela entraîne une sorte d'homogénéité de l'information puisque tout le monde peut diffuser les mêmes nouvelles. C'est un petit compromis si l'on considère tous les avantages.

La PC a été fondée au cours de la Première Guerre mondiale pour permettre aux correspondants canadiens de se rendre sur le front et d'envoyer des reportages à tous les journaux. Ce genre de mise en commun des ressources est essentiel compte tenu du nombre de modèles économiques représentés dans nos médias. En effet, les petites organisations peuvent bien avoir des recettes totales inférieures à un million de dollars par an, tandis que les grandes gagnent des centaines de millions. C'est un bon moyen d'égaliser et de partager. Toutefois, on ne peut pas garantir qu'une information distribuée va finalement être publiée.



**Senator Gustafson:** I would like to point out a positive point in the media, and how it has worked. In the mid-1980s, I chaired the committee on western drought and *The Toronto Star* actually contacted us and said, if there is any way we can help you, please let us know. There is some positive between big and small, but it is difficult.

**Mr. LaPointe:** It is unbelievable these days to sit in a newsroom. I was not exaggerating earlier when I said there were half a million decisions made in the course of a day to produce one daily newspaper. The fax machine, the e-mails, the phone calls — most newsrooms get most of their news from the public. The public calls and says there is a serious development here, and off you go.

The kind of input that newsrooms now get overwhelms them. It is next to impossible to keep up with even a small percentage of those inputs. The danger I have often found in running newsrooms is how do you set aside time to pursue your own ideas? You could go from staged event to staged event all day long and build an entire career out of it without doing anything of your own initiation — finding out what is really going on in the country, as opposed to simply being the receptacle for people telling you to go here, go there.

**Senator Oliver:** I should note that convergence even came to his tractor. He got the news sitting on his tractor — TV, radio, everything on his tractor.

**Senator Eyton:** As usual, I have heard a disproportionate amount from Western Canada. I have so many questions that I will ask one large question and maybe some of it will stick.

There is really unprecedented conglomeration and convergence going on at the same time. It seems to me that is driven by business or business considerations — and it makes sense — but there must also be some positive aspects of that, that it is a worthy and good thing in some particulars — maybe in many particulars, maybe in all particulars.

I say that in the context of where I live. In Toronto, I am blessed with all sorts of media and choices — I am talking in terms of variety and the number and the quality. It seems to me we are uniquely positioned.

I travel a great deal and I have great difficulty finding comparable media in other places worldwide. London would be a remarkable exception, and perhaps New York — although I have some qualifications there, particularly as of late. However, it is difficult, for example, for me to be satisfied about my personal needs for current information about the world that we live in, in most American cities. That is an example. It seems to me we are well served, and that some of this must come from the conglomeration and convergence I referred to earlier. What are the good things about those trends?

**Le sénateur Gustafson:** J'aimerais signaler un point positif des médias. Dans le milieu des années 80, je dirigeais un comité qui s'occupait de la sécheresse dans l'Ouest. Le *Toronto Star* m'avait alors contacté pour dire que s'il pouvait aider d'une façon quelconque, nous n'avions qu'à le demander. Il y a des éléments positifs entre grands et petits, mais c'est difficile.

**M. LaPointe:** C'est une aventure aujourd'hui de s'asseoir dans une salle de rédaction. Je n'exagérerais pas tout à l'heure quand j'ai parlé d'un demi-million de décisions à prendre tous les jours pour produire un quotidien. Le télécopieur, le courrier électronique, les appels téléphoniques... La plupart des salles de rédaction obtiennent la plupart de leurs informations du public. Les gens appellent, disent qu'il y a un développement sérieux à tel endroit, et nous voilà partis.

L'information qui arrive dans une salle de rédaction est intimidante. Il est presque impossible d'être au courant ne serait-ce que d'une partie de cette information. Le danger, quand on dirige une salle de rédaction, c'est de ne pas trouver le temps d'aller au bout de ses propres idées. On peut aller d'un événement organisé à un autre pendant toute la journée et passer ainsi toute sa carrière sans jamais rien faire de sa propre initiative, comme de découvrir ce qui se passe vraiment dans le pays, par opposition à aller à différents endroits parce qu'on vous a dit de le faire.

**Le sénateur Oliver:** Je dois noter que la convergence l'a retrouvé même pendant qu'il conduisait son tracteur. C'est là qu'il a reçu les nouvelles. Son tracteur a tout: la radio, la télé et tout le reste.

**Le sénateur Eyton:** Comme d'habitude, j'en ai trop entendu au sujet de l'Ouest. J'ai tant de questions à poser que je vais en demander une grande en espérant que j'obtiendrai quelque chose en retour.

Il y a actuellement un nombre sans précédent d'opérations de concentration et de convergence qui se produisent même temps. Tout cela semble être mené par des sociétés ou par des considérations d'affaires, qui sont logiques, mais il faudrait qu'il y ait des aspects positifs. Certains éléments ou même tous les éléments de ces opérations devraient viser le bien public.

Je parle surtout de ce qui se passe à l'endroit où je vis. À Toronto, j'ai la chance d'avoir accès à toutes sortes de médias et de choix, aussi bien sur le plan de la variété que sur ceux du nombre et de la qualité. J'ai l'impression que nous sommes dans une position particulièrement bonne.

Je voyage beaucoup, mais je n'ai pas trouvé de médias comparables ailleurs. Peut-être à Londres et à New York, bien que j'aie des réserves à ce sujet, surtout ces derniers temps. Il m'est difficile par exemple de trouver ce que cherche en matière d'informations internationales quand je suis dans une ville des États-Unis. Ce n'est qu'un exemple. Je crois que nous sommes bien servis et que cela découle en partie de la concentration et de la convergence dont j'ai parlé. Qu'est-ce que ces tendances ont de bon?

**Mr. LaPointe:** In my opening remarks, I did say that big media still do more than small media on a lot of fronts. Let me try to give some examples.

What really changed the course of the media business in this country and other countries was when we began to license many more television outlets. We began to heavily fragment the media outlets in communities. We opened up the airwaves, we permitted radio stations to change their formats, and some of this contributed to a profound fragmentation of the market.

Where a daily newspaper or the local television station had huge penetration in its market, and large audiences that permitted it a great deal of control over the advertising picture in those markets, suddenly there were new competitors. There were weekly papers and local ones — in some cases in Toronto, there are papers serving the suburbs that are as substantial as many of the other dailies in the country.

I would not want to go so far as to say that the only characteristic of media in the last decade has been this, but it has largely been a decade of preservation of resources. Very few places have truly grown, because the audiences have been in such rapid decline.

There is extremely harrowing data now about the potential to not have the next generation enter the sphere of consuming mainstream media. The drop-off is so remarkable that it is frightening for people managing media now. How will we reach out and appeal to the first generation that actually has the tool to bypass mainstream media?

It used to be you did not have much other choice. You bought the local paper, you looked at the local television station or listened to the local radio station. Maybe you bought a national newspaper. Now you have so many other choices, and you have a conscious ability to entirely bypass the local condition if you want. You can get your information from anywhere in the world, and you never have to really learn a lot about what it is like to live in your community. You never become a mature information consumer.

It is because of big media that we have been able to preserve what we have. I am not saying it has been a perfect situation. I know there have been situations where there have been some cuts, but there also have been tremendously ambitious enterprises. The paper I helped launch — the *National Post* — was born out of that kind of ambition. A small media company without other media properties would certainly not have been able to sustain it to this point. It would have long since folded.

Again, I do want to portray the picture as entirely positive. I know there are complaints. I think you will hear from witnesses, as you conduct your hearings, who will speak more relevantly to those concerns. I have never experienced it. I have only experienced big media either as a growth opportunity or as a business that has ambitions to try to do things more properly, and

**M. LaPointe:** J'ai dit, dans mes observations préliminaires, que les grands médias en font encore plus que les petits sur beaucoup de fronts. Je vais essayer de vous donner quelques exemples.

Les médias ont beaucoup changé au Canada et dans d'autres pays depuis que nous avons commencé à accorder des licences à un grand nombre de stations de télévision. Ce faisant, nous avons considérablement fragmenté les auditoires. Nous avons ouvert les ondes et avons permis aux stations de radio de changer leur mode de présentation, ce qui a encore contribué à une fragmentation profonde du marché.

Là où le quotidien ou la station de télévision locale contrôlait largement le marché et avec un grand auditoire qui lui permettait de dominer le secteur publicitaire, voilà soudain qu'il faut affronter de nouveaux concurrents. Nous avons des hebdomadaires et des journaux locaux. À Toronto, par exemple, il y a des journaux de banlieue qui sont presque aussi importants que les autres quotidiens du pays.

Je n'irai pas jusqu'à dire que c'est la seule caractéristique des médias dans la dernière décennie, mais les dix dernières années ont surtout servi à préserver les ressources. Très peu d'endroits se sont vraiment développés parce que les auditoires baissaient rapidement partout.

Nous avons des données très inquiétantes selon lesquelles il serait possible que la prochaine génération s'écarte complètement des grands médias. La chute des cotes d'écoute est tellement remarquable qu'elle en est terrifiante pour ceux qui s'occupent actuellement de la gestion des médias. Comment ferons-nous pour attirer cette première génération qui dispose de l'outil pouvant vraiment lui permettre de se passer des grands médias?

Il y a quelque temps, les consommateurs n'avaient pas vraiment le choix. Ils achetaient le journal local, regardaient la station de télévision locale et écoutaient le poste de radio local. Parfois, ils achetaient un quotidien national. Aujourd'hui, les choix sont tellement plus nombreux. De plus, le consommateur peut délibérément choisir de se passer complètement de tout ce qui est local. Il peut obtenir son information de n'importe où dans le monde et il n'est presque jamais obligé d'en apprendre beaucoup sur ce qui se passe dans sa propre collectivité. Ainsi, il n'atteint jamais la maturité à titre de consommateur d'information.

C'est à cause des grands médias que nous avons pu préserver ce que nous avons. Je ne dis pas que la situation est parfaite. Je sais qu'il y a eu des coupures à certains endroits. En même temps, de grandes initiatives ont été lancées. Le journal que j'ai aidé à démarrer, le *National Post*, est l'une de ces initiatives ambitieuses. Une petite entreprise qui n'aurait pas été propriétaire d'autres sociétés de médias n'aurait sûrement pas pu tenir le coup aussi longtemps. Elle aurait sûrement fait faillite.

Encore une fois, je n'essaie pas de broser un tableau parfaitement positif. Je sais qu'il y a des plaintes. Vous aurez sûrement, dans le cadre de vos audiences, d'autres témoins qui vous parleront de ces préoccupations. Personnellement, je n'en ai jamais souffert. Pour moi, les grands médias ont toujours représenté une occasion de croissance ou une entreprise qui a



be of greater service to the community. I have been fortunate to be around at the right time and place, where that was the instruction and the mission.

One of the great ironies out of all of this is that we have great local coverage in our communities, but we live in the back yard of the United States. It still strikes me as astounding, that for all of the hue and cry that many organizations have about covering the world with Canadian eyes — how it is so important that we cover the Iraq conflict, the Middle East, Asia and parts of the world with our own eyes — we permit Americans to cover America for Canada. We have almost no resources in the United States in any of our news organizations. They are all in Washington where, frankly, it is pretty much of a commodity in the way that news is created there. There is not a great deal of differentiation that you can create by sitting in your bureaus in Washington. We carry story after story in our newspapers and on our newscasts by Americans about America. It is one of our great challenges in the time ahead to get out there and cover the country about which we are most fascinated, and with which we have the greatest in common. Interestingly, we do not allocate resources to it, and I find that strange.

**The Chairman:** You make a good case for the benefits with an explanation of the benefits of large media, of converged media and of concentrated media and clearly, apart from anything else, a financially healthy corporation is that. Indeed, there is one element that may be worth drawing to people's attention, other than being able to survive. In terms of old journalistic principles, some times a large corporation can be better placed than a small one. I can remember being intensely grateful at one time that I worked for a company big enough to withstand intense pressure from a major, local advertiser who did not like what we were writing about his industry. He said that he would pull his ads if we continued to write that way about his industry. There was a large, national corporation behind that newspaper and so we told him that we would continue with good journalism. If he wanted to reach our readers he could buy ads in the newspaper, and if not, we would be sorry to sever relations with him. A local publisher without that kind of national backing could not withstand such a loss. One understands that, on many layers, there are advantages to size and concentration and convergence. However, in an imperfect world no situation is perfect.

You said that you had not personally come across disadvantages but you think about the media a great deal. In your view, what are the actual or potential weaknesses or risks in concentration of ownership, cross-ownership and convergence? As you rightly point out, we are not nearly there, yet.

**Mr. LaPointe:** Unchecked, any corporation or entity that controls media can do terrible things with it. I suggest that there are greater checks on our system than we recognize. I would worry more if there were an unfettered expression by a media outlet that did not have any public accountability built into it, was

suffisamment d'ambition pour essayer de mieux faire les choses ou de mieux servir la collectivité. J'ai eu la chance de me trouver au bon endroit au bon moment.

Le plus curieux dans tout cela, c'est que nous avons une couverture locale extraordinaire dans nos collectivités, mais nous vivons trop près des États-Unis. Je trouve vraiment incroyable — face aux nombreuses organisations qui parlent de la nécessité absolue de regarder le monde avec des yeux canadiens, de couvrir nous-mêmes les conflits en Irak, au Moyen-Orient, en Asie et ailleurs dans le monde — que nous permettions aux Américains de couvrir l'Amérique pour le Canada. Nos quatre grandes organisations d'information n'ont presque pas de ressources aux États-Unis. Tout est concentré à Washington où, très franchement, les nouvelles sont une marchandise produite en série, sans grandes différences entre les diverses sources. Entre-temps, nos journaux et nos médias électroniques passent constamment des émissions et des articles américains sur l'Amérique. Ce sera l'un de nos grands défis d'aller nous-mêmes là-bas couvrir le pays qui nous fascine le plus et avec lequel nous avons le plus en commun. Je trouve vraiment étrange que le Canada ne consacre pas de ressources à cette fin.

**La présidente:** Vous nous avez présenté de bons arguments en faveur des grands médias, de la convergence et de la concentration et, à part tout cela, en faveur d'une entreprise financièrement saine. En fait, il y a un élément sur lequel il vaut la peine d'attirer l'attention des gens, à part la capacité de survie. Même sur le plan des vieux principes journalistiques, une grande société est parfois mieux placée qu'une petite. Je me souviens une fois d'avoir été extrêmement heureuse de travailler pour une entreprise assez puissante pour résister aux pressions intenses exercées par un important annonceur local qui n'aimait pas ce que nous écrivions au sujet de son industrie. Il avait menacé de retirer toutes ses annonces si nous ne changions pas d'attitude. Comme le journal appartenait à une grande société nationale, nous avons pu lui répondre que nous allions continuer à faire du bon journalisme. S'il avait quelque chose à dire à nos lecteurs, il pouvait acheter des annonces dans le journal. Autrement, nous serions au regret de rompre nos relations avec lui. Un journal local qui n'aurait pas pu compter sur des appuis nationaux aurait été incapable de supporter une telle perte. Par conséquent, sur beaucoup de plans, la taille, la concentration et la convergence ont certes des avantages. Toutefois, dans un monde imparfait, aucune situation n'est idéale.

Vous dites que vous n'avez jamais eu à subir d'inconvénients de ce fait et que vous réfléchissez beaucoup à la situation des médias. À votre avis, quels sont les risques ou les faiblesses réels ou possibles de la concentration, de la propriété de médias multiples et de la convergence? Bien sûr, comme vous l'avez mentionné à juste titre, nous n'en sommes pas encore là.

**M. LaPointe:** En l'absence de tout contrôle, une société ou une organisation qui contrôle des médias peut faire beaucoup de tort. J'affirme cependant que nous avons dans notre système plus de moyens de contrôle que nous ne le croyons. J'aurais été beaucoup plus inquiet si certaines médias n'avaient pas de comptes à rendre

not subject to laws of the land such as libel and slander, and did not have other oversight or vehicles for the public to complain and to be heard and seen to be heard.

For instance, we were cognizant at CTV that as a company under Bell Canada Enterprises, BCE, it might be perceived that somehow we would be silent any time BCE became an issue in the news. We were responsible for Report on Business Television and we had a number of local newscasts. However, we were proactive. We submitted that, at the time of our licence renewal with the CRTC, we would create an independent monitoring committee to field public complaints and report directly to the board. It would not be an ombudsman situation in a newsroom but would have reporting lines that were higher up than the working managers of a news operation. That way, we ensured that the public and the board would be satisfied that journalism was being conducted properly.

The monitoring committee has been in place for about one year. I have been away from CTV for seven or eight months so I do not know much recent information about it. It was a critical issue in addressing the potential concern that media tend to take care of themselves when they become bigger. I do not subscribe to that view but I understand the perception, and I understand that some people hypothesize motives. I see vehicles, such as the monitoring committee, as being able to squarely address that.

Other broadcasters had made the same commitment to the CRTC when they appeared for licence renewals to ensure that the CRTC sees that effort is being made by the broadcasters that it regulates. Indirectly, it has an impact on the overall journalistic operation of a company with media properties in more than one medium.

I believe that there are two other small things to mention in defence of this. Our next real issue with more and more fragmentation will be how to actually preserve as many resources as possible. The economics of news gathering for television, and to a lesser extent for print, run well ahead of inflation over all and advertising revenue is not concurrently keeping pace. There will thus be greater pressure on broadcasters, particularly conventional broadcasters, in the times ahead. It may not be evident yet but those days will come. To be part of a large company provides better housing in that respect.

I am rambling on this one a bit, but the low end of journalism — we all love the investigative work — is often tedious and consumes many smart people doing many dumb things in the course of a day. It means going off to some marginal, staged events — pseudo-events that purport to create news but are ostensibly the creation of public relation houses and special interests and are not terribly relevant. I enjoyed one thing about having a relationship with the newspaper while I was at CTV and the online division. We could occasionally say: "This one is not all

au public, n'étaient pas soumis aux lois canadiennes concernant par exemple la diffamation, n'étaient pas assujettis à une supervision ou n'avaient pas prévu des moyens pour permettre au public de se plaindre, de se faire entendre et de savoir qu'il a la possibilité de le faire.

Par exemple, nous savions à CTV que, faisant partie du groupe des Entreprises Bell Canada, nous pourrions facilement donner aux gens l'impression que nous allions garder le silence sur toute affaire mettant en cause la société. Nous étions responsables de Report on Business Television et avions un certain nombre d'émissions locales. Toutefois, nous étions proactifs. Nous avions décidé qu'au moment du renouvellement de notre licence auprès du CRTC, nous établirions un comité de surveillance indépendant chargé de recevoir les plaintes du public et d'en faire directement rapport au conseil d'administration. Ce n'était pas l'équivalent de placer un ombudsman dans la salle des nouvelles, mais le comité devait être placé au-dessus des gestionnaires responsables des nouvelles. Nous voulions ainsi persuader le public et le conseil d'administration que les journalistes faisaient bien leur travail.

Le comité de surveillance est en place depuis environ un an. Comme j'ai quitté CTV depuis sept ou huit mois, je ne sais pas grand-chose de ce qu'il a fait récemment. À ce moment, il était critique d'affronter la crainte que les médias ont tendance à s'occuper d'eux-mêmes quand ils grandissent. Je ne souscris pas à ce point de vue, mais je le comprends. Je comprends que des gens puissent attribuer des motifs. Je considère que des moyens de contrôle tel que ce comité de surveillance peuvent beaucoup rassurer les gens.

D'autres radiodiffuseurs ont pris le même engagement lorsqu'ils ont demandé au CRTC le renouvellement de leur licence, pour que le Conseil se rende compte de l'effort déployé par les organismes qu'il réglemente. Indirectement, cela a des effets sur l'ensemble des opérations journalistiques d'une entreprise qui contrôle de multiples médias.

J'ai deux autres petites choses à mentionner à cet égard. En présence d'une fragmentation croissante, nous devons trouver des moyens de préserver nos ressources dans toute la mesure du possible. Le coût de la collecte des nouvelles pour la télévision et, dans une moindre mesure, pour la presse écrite augmente beaucoup plus rapidement que l'inflation, et les recettes publicitaires n'ont pas suivi. Par conséquent, les pressions qui s'exercent sur les radiodiffuseurs vont s'intensifier, surtout dans le cas des radiodiffuseurs conventionnels. Cela n'est peut-être pas évident tout de suite, mais les effets vont se manifester sous peu. Le fait d'appartenir à une grande société assurera une meilleure protection à cet égard.

Je suis peut-être un peu incohérent, mais, même si nous aimons tous le travail d'investigation, les basses tâches du journalisme, souvent très fastidieuses, occupent beaucoup de gens intelligents, qui doivent faire beaucoup de travail insignifiant pendant la journée. Il faut aller assister à des événements organisés marginaux, je devrais plutôt dire des pseudo-événements qui visent à créer des nouvelles, mais qui servent uniquement à des fins de relations publiques et à des intérêts spéciaux, sans avoir une importance réelle. Pendant que j'étais à CTV, j'ai beaucoup



that important for us although we still want surveillance of it. Is it more important to you? If so, will you go and tell us what happened? If it is significant, we will jump on it. We would like to send just one person rather than two."

I cannot tell you what that means in the overall morale of an operation where some of the better people can be applied to issues that are more important or relevant. You can permit them to pursue some of their own ideas instead of going off and being a stenographer for one hour or so. That kind of staged news is a pox on our business. Some newsrooms feel so under siege that they can never truly turn any resources over to the pursuit of their own ideas. The best managers in the best newsrooms still find ways to maintain that pocket of initiation going but it is extremely difficult.

Some of that collaboration has other effects. It means that smarter people do not have to do dumber things at times and you save a bit that you can then turn over to your own initiatives, although you can never budget for it.

It is like found money on a given day, and it is an ad hoc opportunity to see the world.

**The Chairman:** Are there limits? Does the need to preserve our resources, indeed, perhaps enhance our resources, mean that we have to go down an unending road of ever more concentration and ever more cross-ownership, which has been a huge issue in the States recently. If there are limits, where are they?

**Mr. LaPointe:** You have seen much divestiture in the last couple years in this country. We are not as concentrated in our ownership of media as we were even three years ago. It is finding its level.

What can companies bear? What kinds of properties do they want to have strategically? What sort of regional presences do they want? What sort of national presence do they want? What kind of on-line work do they want to create?

Ultimately, on-line journalism may be the great opportunity to break down many issues that involve this in terms of the more traditional models of concentration that people have examined over the years.

You saw it at your own paper at the time, you saw it at a number of other properties that there was a reasonable renaissance in newspapering in this country in the last part of the last decade that had much to do with re-investment. There was some risk-taking occurring.

Did that translate into more readers? Not in all cases. When I look at the track record of newspapers in the last quarter century and the systemic decline of readership, I am often surprised that there are so many journalists still in our major metropolitan newspapers because the declines have been severe. The declines might be disproportionately higher than the restraint taking place in some of the news operations.

apprécié le fait d'avoir des rapports avec un journal et un département en ligne. À l'occasion, nous disions: «Cet événement n'est pas du tout important pour nous, mais nous devons savoir ce qui s'est passé. Est-ce important pour vous? Si oui, pourriez-vous envoyer quelqu'un et nous dire ce qui est arrivé? Si c'est important, nous l'utiliserons, mais nous aimerions envoyer une seule personne au lieu de deux».

Je ne peux pas vous dire quels effets cela peut avoir sur le moral général de charger les gens brillants de s'occuper de questions importantes ou pertinentes. Vous pouvez leur permettre d'appliquer certaines de leurs idées au lieu de jouer le rôle de sténographes pendant une heure ou deux. Ce genre d'événements organisés est une véritable plaie pour notre profession. Certaines salles de rédaction se sentent prises au piège à tel point qu'elles sont incapables de consacrer des ressources à leurs propres idées. Les gestionnaires les plus brillants arrivent quand même à garder une certaine initiative, mais c'est de plus en plus difficile.

Cette collaboration a également d'autres effets. Elle permet aux éléments les plus brillants de ne pas avoir à s'occuper tout le temps de tâches fastidieuses et assure certaines économies qu'il est ensuite possible de consacrer à nos propres initiatives, même s'il est impossible de le prévoir d'avance.

C'est comme si on trouvait de l'argent dans la rue un jour: on a alors une occasion ponctuelle de voir le monde.

**La présidente:** Y a-t-il des limites? Est-ce que le besoin de préserver nos ressources ou peut-être de les améliorer va nous imposer d'aller toujours plus loin sur la voie de la concentration et de la propriété de médias multiples? Cela occasionne un énorme problème aux États-Unis depuis un certain temps. Y a-t-il donc des limites, et quelles sont-elles?

**M. LaPointe:** Nous avons eu beaucoup de cessions dans les deux dernières années. Nous ne sommes plus aussi concentrés que nous l'étions il y a trois ans. Nous en arrivons à un certain équilibre.

Qu'est-ce que les sociétés peuvent supporter? Quels biens veulent-elles conserver à des fins stratégiques? Quel genre de présence régionale veulent-elles avoir? Quel genre de travail en ligne souhaitent-elles créer?

En définitive, le journalisme en ligne créera peut-être une excellente occasion de régler de nombreux problèmes relatifs aux modèles les plus traditionnels de concentration que les gens ont examinés au fil des ans.

Vous l'avez vu dans votre propre journal à ce moment-là. Vous avez constaté ailleurs aussi que les journaux connaissent une certaine renaissance au Canada depuis quelques années, surtout à cause du réinvestissement. Certains risques ont été pris.

Est-ce que les tirages ont augmenté de ce fait? Pas dans tous les cas. Quand j'examine la performance des journaux dans les vingt-cinq dernières années et la baisse systématique des tirages, je m'étonne toujours de constater que nos grands journaux emploient encore tant de journalistes. La baisse du nombre de lecteurs est probablement plus importante que les restrictions imposées dans les services de nouvelles.

I have seen owners far and wide attempt to restrain operations by placing as much emphasis in cuts on the non-news operations as possible. Every owner loves to have a paper or a newscast that is the talk of the town on a given day. They love to have their scoops. They love to be competitive on stories and beat the other guy to the punch. To the greatest extent possible, the people that I have known in this business, the people who have decided where the cuts take place, have all opted for non-editorial cuts long before they turn their attentions to news rooms even when there have been some rather precipitous viewership or readership declines.

**The Chairman:** Large numbers of us have important meetings beginning at 11:30, and I know that there are senators who wish to go on a second round. I will cut off our session with this witness in 10 minutes because we need to go in camera for about three minutes to talk about future business of the committee. That ought to enable us to get to our 11:30 meetings as required. This is a plea for brevity.

**Senator Graham:** Thank you, Mr. LaPointe. Your testimony has been very interesting, and I would be happy to stay here through lunch if we could because I am sure that some of the stuff we are doing here would be more interesting than the stuff we might be doing elsewhere.

One of the bullets you gave us was that journalists spend too much time covering and not enough time uncovering. I presume you are talking about investigative journalism and whether they are uncovering the latest scandal.

You are all too young to remember Robert Fulford. Forty years ago, while working for *The Toronto Star*, he did an investigative report on what it would be like to spend a month on a welfare cheque. That got massive coverage across the country. Is that the kind of thing that you were talking about?

I may be cut off but I may as well ask my second question. When you said that with respect to Iraq and more generally what it was like for Canada living in the back yard of the United States and that it was important to cover Iraq with our own eyes. We had a witness recently, Professor Maule, who said that the coverage by the CBC and the BBC was not balanced. He said that *McNeil-Lehrer Report*, on public broadcasting in the United States, was balanced. When he was asked about CBS, ABC, CNN, NBC and others, he said that he had not watched them.

Then there is the question of the smoking gun. Where are the weapons of mass destruction? Are we doing enough investigative journalism to find that answer? Were we misled by the American media?

**Mr. LaPointe:** We will only find out if we keep journalists there and continue to scrutinize the country. Sadly, partly because of what the media have themselves conditioned audiences to expect, attention spans are rather short. They are insufficient.

J'ai vu beaucoup de propriétaires essayer de réduire les coûts en baissant dans toute la mesure du possible les frais des opérations sans rapport avec les nouvelles. Tous les propriétaires aiment avoir un journal ou une émission dont tout le monde parle un jour donné. Ils adorent les exclusivités. Ils essaient de battre les concurrents. Tous les gens du milieu que je connais ont cherché, une fois qu'ils ont décidé de faire des coupures, à épargner le côté professionnel, tout en sachant qu'ils ont eu d'importantes baisses dans le nombre de lecteurs ou de téléspectateurs.

**La présidente:** Beaucoup d'entre nous ont d'importantes réunions à 11 h 30. Je sais en même temps qu'il y a des sénateurs qui souhaitent avoir un second tour. Je vais être obligée d'interrompre ce témoignage dans dix minutes parce que nous devons discuter à huis clos de nos travaux futurs pendant environ trois minutes. Cela devrait nous permettre d'arriver à l'heure à nos réunions. Je vous prie donc d'être brefs.

**Le sénateur Graham:** Merci, monsieur LaPointe. Votre témoignage a été très intéressant. J'aurais voulu pouvoir rester ici pendant le déjeuner parce que je suis sûr que notre discussion est plus intéressante que ce que nous pourrions avoir à faire ailleurs.

Vous nous avez dit que les journalistes passent trop de temps à couvrir des événements plutôt qu'à en découvrir. Je suppose que vous voulez parler du journalisme d'investigation et de la découverte des derniers scandales.

Vous êtes tous trop jeunes pour vous souvenir de Robert Fulford. Il y a quarante ans, il a réalisé, pour le *Toronto Star*, une enquête pour déterminer comment on pouvait vivre pendant un mois sur un chèque de sécurité sociale. L'enquête a eu un énorme succès partout au Canada. Voulez-vous parler de ce genre d'enquête?

Je dépasserai peut-être mon temps de parole, mais je vais quand même poser une seconde question. Vous avez mentionné l'Irak et avez dit que nous vivons trop près des États-Unis et qu'il nous faut voir de nos propres yeux ce qui se passe en Irak. Nous avons eu récemment un témoin, M. Maule, qui était d'avis que les reportages de Radio-Canada et de la BBC n'étaient pas équilibrés, mais que le *McNeil-Lehrer Report* du réseau américain PBS l'était. À la question de savoir ce qu'il pensait des réseaux CBS, ABC, CNN, NBC et d'autres, M. Maule a dit qu'il ne regardait pas leurs émissions.

Il y a ensuite la question du «pistolet fumant». Où sont les armes de destruction massive? Faisons-nous suffisamment de journalisme d'investigation pour trouver la réponse? Avons-nous été trompés par les médias américains?

**M. LaPointe:** Nous ne le saurons que si nous avons des journalistes là-bas et si nous continuons à étudier le pays. Malheureusement, peut-être à cause de ce que les médias eux-mêmes ont fait pour conditionner les auditoires, les gens ont la mémoire courte.



Media do not do a tremendous job overall at sustaining issues. The public may be contending with those issues, but the media have already moved on. The more time that you can spend on uncovering the better, because it really permits people to think along with you as you are processing it.

The criticism I generally have is that we have great sophistication right now in special interest groups in making messages that are palatable and get through to the media. They create visuals for it. They certainly create text that generates information. It has become a colossal industry that is breaking the back of the initiative of a typical news room on a given day.

The amount of time spent on pursuing an idea that you had on the way to the office to get into the paper the next day or get on the news cast that night is in massive decline. I once did a bit of an analysis of a media outlet, which I will not name. I found that about 50 to 55 per cent of all the information in the paper was staged for it. It was presented. Another 42 or 43 per cent was material about which the organization simply had to react — disaster, fire, crime. Less than 2 or 3 per cent appeared to be of a paper's initiation where it was not staged or did not take place on the day before. It was an idea that started with a journalist or with a team of journalists and made it all the way through to the paper.

That is a sad commentary on where we are. I am sure I could do the same analysis today and find the same result. Every time I tried it, it has been the same. That is where our problems are.

Our time is being commandeered so much by organizations and individuals seeking publicity for their information. We have the best-trained journalists, but they are proving to be our country's highest paid stenographers.

**Senator Oliver:** When looking for a response to issues of cross-ownership, concentration in the media and huge Canadian conglomerates owning and controlling our media, one of the things I am reminded of is that our Constitution says, in the division of powers, give some powers to the federal and some to the provincial. You know, as a journalist, that an awful lot of the debate each day in Canada is that this is a provincial matter and that is a federal matter and so on. Many decisions are made on that basis. With that background, and with that in mind, is there any merit in terms of new public policy and our looking at ways to strengthen the role of independent provincial papers across Canada? Is there any need for it, or do these conglomerates that have national editorial policies so the one running in British Columbia is the same as in Newfoundland? Is that more important than doing something independent and provincially? This harkens back to my initial question about the role of provincial independent newspapers. I really did not give you a chance to explain it in the detail that I would like to have heard.

Les médias ne font pas beaucoup d'efforts, dans l'ensemble, pour maintenir l'attention des gens sur les sujets importants. Les gens peuvent être encore en train de se débattre avec ces sujets, mais les médias passent à autre chose. Plus de temps les journalistes passent à découvrir, mieux cela vaut car les gens peuvent ainsi réfléchir avec les journalistes tandis qu'ils vont de l'avant.

La critique que j'entends souvent est que les groupes d'intérêts spéciaux réussissent maintenant à concevoir des messages très perfectionnés qui retiennent l'attention des médias. Ils créent à cette fin des effets visuels spéciaux. Ils produisent aussi du texte qui retient l'attention. Il s'agit maintenant d'une industrie colossale qui peut priver les salles de nouvelles ordinaires de toute initiative un jour donné.

Le temps passé à développer une idée qu'on a eue en allant au bureau pour la transformer en article à faire paraître dans le journal du lendemain ou en nouvelle à passer aux actualités de ce soir est en train de diminuer d'une façon radicale. J'ai fait une fois une analyse portant sur un journal que je ne nommerai pas. J'ai découvert que 50 à 55 p. 100 de l'information publiée avait été préparée d'avance pour le journal. Ensuite, 42 à 43 p. 100 représentait une réaction de l'organisation à un crime, un incendie ou une catastrophe. Moins de 2 ou 3 p. 100 de l'information dépendait de l'initiative des journalistes eux-mêmes, c'est-à-dire d'une idée conçue par un ou plusieurs journalistes.

Il est triste de faire ce genre de constatation. Je suis sûr que j'obtiendrai le même résultat si je faisais la même analyse aujourd'hui. Chaque fois que j'ai essayé, c'était la même chose. Voilà où réside notre problème.

Notre temps nous est volé par des organismes et des particuliers qui cherchent à faire mousser leur propre information. Nous avons les journalistes les mieux formés, mais ce ne sont en fait que les sténographes les mieux rémunérés du pays.

**Le sénateur Oliver:** Lorsque je pense aux questions de propriété de médias multiples, de concentration et de formation d'énormes conglomerats, je me souviens que notre Constitution attribue une partie des pouvoirs au gouvernement fédéral et une autre partie aux autorités provinciales. Vous savez, en tant que journaliste, que la division des pouvoirs entre le fédéral et le provincial fait tous les jours l'objet de nombreux débats. Beaucoup de décisions sont prises sur cette base. En gardant cela à l'esprit, serait-il utile, sur le plan de la politique publique, de chercher des moyens de renforcer le rôle des journaux provinciaux indépendants au Canada? Avons-nous besoin de ces journaux, ou bien est-il suffisant d'avoir ces conglomerats qui ont une politique nationale de rédaction, de sorte que les opinions exprimées en Colombie-Britannique sont les mêmes qu'à Terre-Neuve? Le maintien de ces conglomerats est-il plus important que de faire du travail indépendant au niveau provincial? Je ne vous laisse malheureusement pas la possibilité de répondre à cette question d'une façon aussi détaillée que je l'aurais voulu.

**Mr. LaPointe:** I do not have a particular view about the whole issue of common content, common editorials. It has not been my experience, and so I feel a little miscast in attempting to get at that. Any proprietor I have ever worked for has given me the same sense of mission, which was to serve the local community, reflect it as best you can, lead its experience a little bit, and engage your local situation — that is what is highly relevant to you.

To the degree that some of our independent papers — some of our weeklies, some of our other forms of press — have fallen into economic difficulty, I also see a great boom taking place in this sector that outstrips anything taking place now by major media, proportionately anyway. I happen to think that those papers are going to find their place. In some cases, it will be a rather robust niche that they will find because local newspapers, big city dailies, will find themselves perhaps concentrating more on a smaller urban audience, or a segment of that urban audience.

I do not have the same sense of dread about the fate of some of that regional press as others might. Actually, it appears to be increasingly healthy. It seems to be attracting people to work for it for quality of life issues as well. Therefore, it is attracting tremendous journalism in many smaller communities by people who simply love to live where they are. They do not have an interest in moving to Vancouver, Montreal or Toronto. The schools are producing larger numbers of graduates who will get their start in those places, and continue to sustain the quality of them — and, in fact, even bring new things to the table.

I wish I could say I have given it a huge amount of thought, senator, but it is not, to me, one of our crises in the country right now, all things considered. It is actually one of the rare areas where there appears to be growth.

**Senator Eyton:** Mr. LaPointe, I will start with a nice short little question and then I have a little background.

Who has it right? We are gathered together here; it is a Canadian study done by Canadians speaking to Canadians, and concerned about some issues that we are facing here in Canada. I assume those issues have also been faced by other people. In business, for example, you are always looking around to see who does it better than you, and you try to emulate that and make it better. In that context, is there any jurisdiction or country that has got it right, in your experience?

**Mr. LaPointe:** All have great attributes, and all have things I would not want a part of. Some of the best American media surpasses almost anything we see in the world. Some of the great British media does. Some French media is extraordinary, but also some Canadian media. There are companies in our own country that do things very well, that have best practices that are the envy of a lot of other countries.

**M. LaPointe:** Je n'ai pas de point de vue particulier sur la question du contenu commun et des éditoriaux communs. Je n'ai pas vraiment d'expérience dans ce domaine, dans lequel je me sens un peu perdu. Tous les propriétaires avec qui j'ai travaillé avaient tendance à croire qu'ils étaient investis d'une mission, qui était de servir leur collectivité locale et de la refléter du mieux qu'ils pouvaient, de l'orienter dans une certaine mesure et d'agir sur la situation locale. Voilà ce qui les intéressait vraiment.

Même s'il est vrai que certains journaux indépendants, hebdomadaires et éléments de quelques autres formes de presse écrite ont des difficultés financières, je crois que ce secteur connaît un grand essor, qui dépasse en importance — relativement du moins — tout ce qui se passe parmi les grands médias. Je crois vraiment que ces journaux vont finir par trouver leur place. Dans certains cas, ce sera un créneau assez solide parce que les journaux locaux, les quotidiens des grandes villes auront probablement tendance à se concentrer davantage sur un plus petit public urbain ou sur un segment particulier de ce public.

Je ne m'inquiète pas autant que d'autres du sort de certains éléments de la presse régionale. En fait, j'ai l'impression que la situation de la presse régionale est de plus en plus saine. Elle semble attirer de bons éléments, qui souhaitent y travailler pour des raisons de qualité de vie. Dans beaucoup de petites localités, il y a donc un excellent journalisme fait par des gens qui aiment mieux vivre dans leur coin du pays qu'à Vancouver, Montréal ou Toronto. Les écoles produisent beaucoup de diplômés qui vont débiter à ces endroits et y assureront une qualité durable et même de la nouveauté.

Sénateur, j'aurais bien voulu pouvoir vous dire que j'y ai beaucoup réfléchi, mais, tout bien considéré, je n'ai pas l'impression que ce secteur soit actuellement en crise dans le pays. Je crois plutôt que c'est l'un des secteurs où il semble y avoir de la croissance.

**Le sénateur Eyton:** Monsieur LaPointe, je commencerai par une gentille petite question. Je passerai ensuite au contexte.

Qui a la bonne formule? Nous sommes réunis ici, réalisant une étude canadienne dans laquelle des Canadiens parlent à d'autres Canadiens de problèmes que nous affrontons au Canada. Je suppose que d'autres ont connu les mêmes problèmes. Dans le monde des affaires, par exemple, on observe toujours ce qui se passe autour de soi pour savoir qui a de meilleurs résultats, pour essayer d'adopter les mêmes méthodes et pour tenter de faire mieux. Dans ce contexte, y a-t-il, à votre connaissance, un endroit ou un pays qui ait la bonne formule?

**M. LaPointe:** Tous ont à la fois de grands avantages et de grands inconvénients. Quelques-uns des meilleurs médias américains dépassent presque n'importe quoi d'autre dans le monde. Cela est également vrai de quelques-uns des meilleurs médias de la Grande-Bretagne, de la France et même du Canada. Certaines entreprises canadiennes sont vraiment excellentes et ont des pratiques qui font l'envie de beaucoup d'autres pays.



I know we savage ourselves about the quality of our daily papers in this country, but head south and see what a similar-sized newspaper does in a community. It makes you want to weep. I am not saying we should necessarily put to rest our concerns, but we often do not realize how good we have it.

Is anyone really nailing it? No, I do not think so. Everyone has an interesting thing or two or three that, if you could accumulate an all-star model, would be a great contribution. However, each makes their own choices about the nature of the business, the approach they want to take, and the strategy they have. Each decides to define the audience that they want to capture. In some cases, they define an audience they do not want to capture. Each has approaches editorially that may or may not be broad-ranging; some may be rather specific. It is not that anyone is a better model than the other; they are just so different.

However, I happen to share the view you expressed earlier, Senator Eyton. I work in the Toronto market, and it is unique in the Canadian model. I do not think even Montreal has the same sense of diversity. You have five daily newspapers, two substantial alternative weekly papers, second language papers galore, three all-news television outlets, three or four all-news or information radio outlets, and a pile of Internet sites. If you cannot find what you want, then you are just not looking. They are all over the political spectrum, and I think that is one of the glories of it — that it is diverse and there is no cookie-cutter approach. We all take our different roads to the destination.

It would be interesting — I have done a little bit of work around this — to examine the best practices in all of media and to try to accumulate the all-star model. Unfortunately, it does work out to designing a horse by committee. You do end up with the elephant in the end.

**The Chairman:** We are a committee after all. Thank you very much indeed, Mr. LaPointe. It has been a most interesting session and we are grateful to you. You have answered all our questions in a sufficiently challenging way that, as you could tell, was provoking more questions, which is a tremendous exercise.

The committee continued in camera.

---

OTTAWA, Thursday, June 12, 2003

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 9:30 a.m. to examine the current state of Canadian media industries; emerging trends and developments in these industries; the media's role, rights, and responsibilities in Canadian society; and current and appropriate future policies relating thereto.

**Senator Joan Fraser** (*Chairman*) in the Chair.

Je sais que nous critiquons beaucoup la qualité des quotidiens canadiens, mais il suffit d'aller aux États-Unis examiner ce que des quotidiens de la même taille arrivent à faire. Parfois, c'est vraiment pitoyable. Je ne dis pas que nous pouvons nous reposer sur nos lauriers, mais il nous arrive souvent de ne pas nous rendre compte qu'en définitive, nous ne sommes pas si mauvais.

Y en a-t-il qui soient vraiment parfaits? Je ne le crois pas. Chacun a deux ou trois réalisations intéressantes qui, si elles étaient toutes regroupées dans une même organisation, seraient sans doute extraordinaires. Toutefois, chacun fait ses propres choix quant à la nature de l'entreprise, à l'approche à adopter et à la stratégie à appliquer. Chacun définit son public cible et parfois même le public qui n'est pas visé. Chacun a une politique de rédaction d'une portée plus ou moins importante. On ne peut pas vraiment dire que l'un est meilleur que l'autre. Ils sont simplement différents.

Toutefois, je suis d'accord avec ce que vous avez dit tout à l'heure, sénateur Eyton. Je travaille à Toronto, qui est un marché très particulier du Canada. Je ne crois même pas que Montréal ait autant de diversité. Nous avons cinq quotidiens, deux hebdomadaires importants, une multitude de journaux en langue seconde, trois stations de télévision et trois ou quatre stations de radio qui diffusent exclusivement des nouvelles et toute une flopée de sites Internet. Si vous ne pouvez pas trouver ce que vous voulez, c'est certainement parce que vous n'avez pas assez cherché. Toutes les nuances politiques sont représentées. Cette diversité est l'une des meilleures caractéristiques de ce marché, où vous ne trouverez pas d'approche à l'emporte-pièce. Nous suivons chacun un chemin différent pour aboutir à notre destination.

Il serait intéressant — j'ai travaillé un peu dans ce domaine — d'examiner les meilleures pratiques des différents médias pour essayer de construire un modèle exemplaire. Malheureusement, cela revient à charger un comité de concevoir un cheval. On se retrouve en général avec un éléphant.

**La présidente:** Après tout, nous sommes aussi un comité. Merci beaucoup, monsieur LaPointe. La réunion a été fort intéressante, et nous vous en sommes reconnaissants. Vous avez répondu à toutes nos questions d'une façon tellement stimulante que, comme vous avez pu le constater, vos réponses suscitaient aussitôt de nouvelles questions. C'est un excellent exercice.

La séance se poursuit à huis clos.

---

OTTAWA, le 12 juin 2003

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 9 h 30 pour examiner l'état actuel des médias canadiens; les tendances et les développements émergents au sein de ces industries; le rôle, les droits et les obligations des médias dans la société canadienne et les politiques pertinentes, actuelles et futures, visant ces industries.

**Le sénateur Joan Fraser** (*présidente*) occupe le fauteuil.

[English]

**The Chairman:** Welcome to this meeting of the Standing Senate Committee on Transport and Communications, which is examining the state of the Canadian news media.

[Translation]

The committee is authorized to study the appropriate role of public policy in helping to ensure that Canadian news media remains healthy, independent and diverse, given changes in the media in recent years, notably globalization, technological change, convergence and concentration of ownership.

[English]

Today we have the pleasure of welcoming Tim Casey and Andrea Horan. Mr. Casey is Media Analyst with BMO Nesbitt Burns and Ms. Horan is Managing Director of Westwind Partners. They are both financial analysts covering the media in Canada, and therefore they will give us an overview of the financial situation of Canada's media industries.

**Ms. Andrea Horan, Communications and Media Analyst, Westwind Partners:** We were asked to give an overview of some of the financial metrics for the industry. We have split it up. I will be speaking on some of the revenue metrics for the industry, some of the pressures the industry faces and I have some comments on capital requirements. Tim Casey will cover profitability of the industry, convergence and the impact of debt. Advertising is really the key driver for the media industry. We have provided a chart of how major dollars are split up among the various media and, flipping forward to the next page, how the revenues are broken out between advertising and subscriptions. As a group, television attracts about a third of all major media advertising dollars. Of this total, conventional television represents just over three quarters. Conventional television generates almost all of its revenue from advertising, whereas specialty television generates 60 per cent of revenues from subscriber fees, actually 68 per cent if you include pay television.

The relationship between advertising and subscriber fees for specialty television has been reasonably stable over the past five years, but this reflects the introduction of new specialty television channels whose revenues are much more subscriber driven. As the channels become mature, they will get an increasing proportion of revenues from advertising. If you look at channels that have been around for the past four or five years, the proportion of advertising dollars contributing to revenues has increased 500 basis points.

About 40 per cent of all major media advertising dollars are directed at newspapers, and that combines daily with weekly newspapers. Depending on the newspaper, anywhere from 70 per cent to 100 per cent of the revenues are generated from

[Traduction]

**La présidente:** Bienvenue à cette réunion du Comité sénatorial permanent des transports et des communications au sujet des médias d'information canadiens.

[Français]

Le comité examine quel rôle l'État devrait jouer pour aider nos médias d'actualité à demeurer vigoureux, indépendants et diversifiés, dans le contexte des bouleversements qui ont touché ce domaine au cours des dernières années, notamment la mondialisation, les changements technologiques, la convergence et la concentration de la propriété.

[Traduction]

Aujourd'hui, nous avons le plaisir d'accueillir Tim Casey et Andrea Horan. M. Casey est analyste des médias chez BMO Nesbitt Burns et Mme Horan est directrice générale chez Westwind Partners. En leur qualité d'analystes financiers dans le domaine des médias au Canada, ils nous fourniront des renseignements sur la situation financière des industries des médias au Canada.

**Mme Andrea Horan, analyste des communications et des médias, Westwind Partners:** On nous a demandé de faire le survol de certains paramètres financiers du secteur. Nous le ferons à deux. J'aborderai certains paramètres relatifs aux sources de revenus, je décrirai les pressions qui s'exercent sur l'industrie et je formulerai quelques commentaires sur les besoins en capital. Tim Casey parlera de la rentabilité de l'industrie, de la convergence et des effets de l'endettement. La publicité est vraiment le moteur de l'industrie des médias. Nous avons préparé un graphique sur la répartition des dollars publicitaires entre les divers types de médias et, à la page suivante, sur la proportion des revenus publicitaires et des revenus tirés des abonnements. En tant que groupe, la télévision attire environ un tiers de tous les dollars publicitaires dans les grands médias canadiens. La télévision générale représente un peu plus des trois quarts de ce tiers. Elle génère presque tous ses revenus de la publicité, tandis que la télévision spécialisée tire 60 p. 100 de ses revenus des abonnements, en fait 68 p. 100 si l'on inclut la télévision payante.

En ce qui concerne la télévision spécialisée, le rapport entre les recettes publicitaires et les recettes tirées des abonnements a été raisonnablement stable au cours des cinq dernières années, mais cela reflète l'avènement de nouvelles chaînes spécialisées ayant des revenus axés davantage sur les abonnements. À mesure qu'elles acquièrent de la maturité, les chaînes tirent une plus grande part de leurs revenus de la publicité. Il suffit de jeter un coup d'œil aux chaînes qui existent depuis quatre ou cinq ans pour constater que la part de leurs recettes publicitaires a augmenté de 500 points de base.

Quelque 40 p. 100 des dollars publicitaires des grands médias vont aux journaux, tant les quotidiens que les hebdomadaires. Selon les journaux, entre 70 et 100 p. 100 des recettes proviennent de la publicité. La moyenne se situe un peu sous les 80 p. 100, et



advertising. The average for the group is just under 80 per cent, with subscription revenue and job printing making up the balance.

You can further segment advertising revenues into local, national and other. In the case of newspapers, that would be classified, and we have included a summary on the next slide of how that breaks out. What you will see is that specialty television generates almost all of its advertising from national sources. That is a function of the licensing requirements. Because they have national signals, they do not tap into local advertising dollars. Conventional television has a greater ability to tap into the local advertising dollars and gets about 20 per cent of its revenue from local sources.

Newspapers generate about 44 per cent of revenue from local advertising and only 23 per cent from national and the balance from classified. Radio is split almost three-quarters local and one-quarter national.

There was some hope that when the rules with regard to radio ownership were relaxed that the consolidation of radio properties might lead to them attracting a greater amount of national advertising. That has not been the case. The relationship has remained stable and radio's share of national advertising has been constant at about 4 per cent.

Trends have been reasonably stable over a long period of time, such that you are not seeing dramatic growth rates. Overall, advertising growth over the past 10 years in major media has increased at a compound annual rate of 3.4 per cent and the major media are plus or minus about 100 basis points off that average, with the breakaway being the specialty channels. We have seen specialty channel advertising growth at 20 per cent, and at the same time, subscription growth for specialty channels has been 18 per cent. Conventional television has grown at about 2.4 per cent. Newspapers have grown at about 2.5 per cent and have faced declining circulation revenues. They face dual pressures there.

Radio has grown quickly, at 3.9 per cent. That is over the last 10 years. If you look at the last five years, the growth rate has been about 5.5 per cent since the relaxation of ownership rules, but local revenues have largely driven that.

Probably the greatest impact on the industry has been the fragmentation of media choices. There are those that fragment audience attention, but not necessarily advertising dollars, and those that fragment both audience attention and advertising dollars.

In terms of audience attention, gaming has been successful in attracting a youth market. The Internet, although it has attracted a huge amount of audience attention, has not been successful in attracting advertising dollars. That relates to the fragmentation within the Internet itself. The proliferation of U.S. channels does draw away audience attention.

**The Chairman:** What do you mean by "gaming"?

**Ms. Horan:** Consoles like Sony Playstation.

les recettes tirées des abonnements et des imprimés publicitaires sont à égalité.

On peut encore ventiler les recettes publicitaires selon les sources locales, nationales et autres. Dans le cas des journaux, on a les petites annonces. La diapositive suivante fournit un sommaire de la ventilation. Vous constaterez que la télévision spécialisée tire presque toute sa publicité de sources nationales. Cela est attribuable à la réglementation. Parce que les chaînes spécialisées ont des signaux nationaux, elles n'ont pas accès aux dollars publicitaires locaux. La télévision générale, qui a un plus grand accès aux dollars publicitaires locaux, tire quelque 20 p. 100 de ses revenus de sources locales.

Les journaux tirent environ 44 p. 100 de leurs revenus de la publicité locale, seulement 23 p. 100 de sources nationales et le reste des petites annonces. La radio tire près des trois quarts de ses revenus de sources locales et un quart de sources nationales.

On espérait que l'assouplissement des règles en matière de propriété visant la radio donnerait lieu à la concentration des radios et élargirait l'accès au marché publicitaire national. Ce ne fut pas le cas. Le rapport est demeuré stable et la part du marché publicitaire national de la radio est demeurée constante, soit quelque 4 p. 100.

Les tendances sont demeurées raisonnablement stables sur une longue période, si bien que l'on ne voit pas de taux de croissance phénoménaux. Dans l'ensemble, au cours des dix dernières années, le taux de croissance composé annuel de la publicité dans les principaux médias a été de 3,4 p. 100 et les principaux médias sont à plus ou moins 100 points de base de cette moyenne, les chaînes spécialisées en tête. Le taux de croissance de la publicité des chaînes spécialisées a été de 20 p. 100 et celui des abonnements de 18 p. 100. Le taux de croissance de la publicité de la télévision générale a été de 2,4 p. 100 environ. Le taux de croissance de la publicité dans les journaux a été de 2,5 p. 100 environ, et les revenus de diffusion ont baissé. Des pressions doubles s'exercent ici.

Les revenus publicitaires de la radio ont augmenté rapidement, soit au taux de 3,9 p. 100 au cours des dix dernières années. Le taux de croissance des cinq dernières années a été de 5.5 p. 100 environ depuis l'assouplissement de la réglementation, mais cela est largement attribuable aux revenus émanant de sources locales.

C'est probablement la fragmentation des médias qui a eu le plus grand impact sur l'industrie. Certains fragmentent l'attention de l'auditoire, mais pas nécessairement les dollars publicitaires, alors que d'autres fragmentent à la fois l'auditoire et les dollars publicitaires.

Pour ce qui est de l'attention de l'auditoire, on réussit à attirer un jeune auditoire par le jeu. Internet a attiré une grande part de l'auditoire, mais il n'a pas attiré les dollars publicitaires. Cela est attribuable à la fragmentation au sein même du réseau Internet. La prolifération des chaînes américaines détourne l'auditoire.

**La présidente:** Qu'entendez-vous par «jeu»?

**Mme Horan:** Les consoles de jeux telles que la nouvelle Sony.

**Senator LaPierre:** Golf, hunting?

**The Chairman:** You mean leisure activities focused on screen gaming?

**Ms. Horan:** Yes.

**Senator Merchant:** You said golf; there is a golf channel?

**Ms. Horan:** I am not talking about television so much as alternative forms of entertainment.

The fragmentation of advertising dollars takes several forms. There has been a proliferation of Canadian specialty channels. We have seen the number of specialty channels grow from 35 to 98 over the past five years, and over the last two years, 50 digital channels were added. New newspapers have been launched. That is primarily in the major markets like Toronto and Montreal, where we have seen the launch of free daily newspapers that have further fragmented those markets. New conventional television and radio stations have been licensed. We have seen new licences in Toronto and Vancouver. Hearings will start next week in Edmonton and Calgary. New radio stations are being licensed all the time as well.

The result is that advertisers have found it increasingly difficult to reach mass audiences. Given the industry's dependence on advertising, there has been a need to respond to that difficulty and the reaction has been twofold. On the one hand you have consolidation, which helps to re-aggregate audiences, and on the other hand there have been price increases in any medium that successfully manages to aggregate audiences. Over the last week, we have read press articles on the increased prices on popular prime-time programming.

The impact of the consolidation has been different for each of the industries. Within conventional television, while you have seen the WIC Network acquired and the consolidation of the CTV network, at the same time, you have seen the emergence of new national players like Chum, with licences in British Columbia, and now, potentially, Craig starting up a licence in Toronto, and new digital channels. You can make an argument that you could not get the launch of new digital channels without a strong base of media companies to support money-losing operations.

We have seen consolidation of newspaper ownership, but it is not as dramatic as you may think. Ten years ago, the top five controlled 88 of 108 newspapers, or just over 74 per cent of circulation. In 2003, the top five newspaper owners controlled 62 of 102 newspapers, or about 79 per cent of total circulation — not a huge difference. We have seen significant consolidation in radio since the relaxation of ownership rules.

There has been a question of the industry's need for access to foreign capital. Some have argued that the discounted multiples at which Canadian companies trade is a reflection of our restrictive foreign ownership rules. That implies that the gap between multiples would get arbitrated away as capital south of the border

**Le sénateur LaPierre:** Le golf, la chasse?

**La présidente:** Vous voulez dire des activités de loisirs présentées à l'écran?

**Mme Horan:** Oui.

**Le sénateur Merchant:** Vous avez dit le golf. Y a-t-il une chaîne qui se spécialise dans le golf?

**Mme Horan:** Je ne parle pas tant de la télévision que de divertissements de rechange.

La fragmentation des dollars publicitaires revêt plusieurs formes. Il y a une prolifération des chaînes spécialisées canadiennes. Leur nombre est passé de 35 à 98 au cours des cinq dernières années, et 50 nouvelles chaînes numériques sont apparues au cours des deux dernières années. De nouveaux journaux ont aussi fait leur apparition. En fait, principalement les grands marchés tels que Toronto et Montréal ont été encore davantage fragmentés en raison de l'apparition de quotidiens gratuits. La nouvelle télévision générale et les stations de radio ont obtenu des permis. De nouveaux permis ont été octroyés à Toronto et à Vancouver. On commencera à tenir des audiences à Edmonton et à Calgary, la semaine prochaine. On continue aussi d'octroyer des permis à de nouvelles stations de radio.

Par conséquent, les publicitaires trouvent de plus en plus difficile d'atteindre le grand public. Étant donné la dépendance de l'industrie sur la publicité, il s'est avéré nécessaire de réagir. La réaction s'est faite sur deux fronts. D'une part, on a les concentrations, qui contribuent au regroupement des auditoires; d'autre part, des hausses de tarifs dans tous les médias qui réussissent à regrouper les auditoires. Au cours de la dernière semaine, des journaux ont publié des articles sur la hausse des prix de la programmation durant les heures de grande écoute.

L'impact des concentrations a été différent dans chaque secteur. Pour ce qui est de la télévision générale, il y a eu l'acquisition du réseau WIC et la concentration du réseau CTV en même temps que l'apparition de nouveaux joueurs nationaux comme Chum, l'octroi de licences en Colombie-Britannique et l'apparition de nouvelles chaînes numériques; le groupe Craig obtiendra probablement une licence pour une station à Toronto. On peut soutenir qu'il est impossible de lancer de nouvelles chaînes numériques sans une base solide d'entreprises médiatiques soutenant les activités non rentables.

On voit une concentration dans le secteur des journaux, mais elle n'est pas aussi phénoménale qu'on pourrait le croire. Il y a dix ans, les cinq plus grands journaux contrôlaient 88 des 108 journaux existants, soit un peu plus de 74 p. 100 de la diffusion. En 2003, les cinq plus grands journaux contrôlent 62 des 102 journaux existants, ce qui représente environ 79 p. 100 de la diffusion. La différence n'est pas énorme. Il y a eu d'importants regroupements dans le domaine de la radio depuis l'assouplissement des règles relatives à la propriété.

Il a été question de la nécessité pour l'industrie d'accéder à des capitaux étrangers. Selon certains, les primes que doivent payer les entreprises canadiennes sur les actions reflètent nos règles restrictives en matière de propriété étrangère. Cela voudrait dire que l'écart d'actualisation serait amorti du fait que les



sought out less expensive investments. That argument ignores the reality that there is a different regulatory and tax environment in Canada versus the U.S. and there may be real reasons for that discount to exist, causing it to persist regardless of any changes in ownership rules. There is a perception that there is this wave of capital at the border, waiting to pour into Canada the minute that ownership rules are relaxed.

My own experience suggests that is not the case. When I look at media companies that are not subject to foreign ownership rules, such as printing and information publishing, it has been a challenge for those companies to attract foreign capital. These are companies that have great management track records and lots of U.S. revenues, leading market share and well-known franchises. That is not to say that the industry does not need capital. Maybe foreign capital is not necessarily a solution. The reason an industry needs capital could be twofold. They need it to maintain their current operations. That is not the case with media. Media generate cash. However, with any publicly traded company there is always pressure to grow. This is a relatively mature industry. The way they will grow is through acquisition, either domestically or internationally. Acquisition opportunities do not occur at regular intervals. You need access to capital because your current cash flow may not always be sufficient to handle your next acquisition opportunity.

While growth may not seem like an important public policy priority, the thing to remember at the end of the day is that capital is mobile. If we want public capital to support our media, we need to create an environment where media companies are allowed to grow and earn a good return on investment. If capital markets perceive media companies as risky because of an unpredictable or unfriendly regulatory environment, it will make those companies less attractive and increase their cost of capital.

**Mr. Tim Casey, Managing Director, Media and Entertainment, BMO Nesbitt Burns:** I will address the cost side of the business and talk about debt and investor expectation. We will touch on convergence.

On page 4 I will go over some of the costs and the trends. The main point I would like to leave with you is that media are fixed-cost businesses. That implies that there is significant operating leverage. We know that advertising is a barometer of general economic activity. As the economic cycle ebbs and flows and the economy grows and contracts, advertising activity follows those trends. These businesses have fixed costs. That means that as the economy improves, their profitability increases, and the reverse happens when the economy contracts.

The other truism about the business is that it does not require a lot of capital. Unlike the cable business or the printing business, you do not have to replenish your plant and equipment. You may

investisseurs au sud de la frontière recherchent des investissements moins onéreux. C'est ignorer la réalité car le Canada et les États-Unis ont des environnements réglementaires et fiscaux différents, que cet écart s'explique et que l'assouplissement des règles en matière de propriété n'y changerait rien. On a un peu le sentiment qu'une vague de capitaux qui attend à la frontière déferlera sur le Canada dès que l'assouplissement des règles relatives à la propriété sera chose faite.

Selon mon expérience, ce n'est pas le cas. Les entreprises médiatiques telles que les entreprises d'imprimerie et de publication d'information, qui ne sont pas soumises aux règles visant la propriété étrangère ont de la difficulté à attirer des capitaux étrangers. Ces entreprises ont un rendement élevé en gestion et de hauts revenus en dollars américains, des parts de marché de premier rang et des franchises renommées. Cela ne signifie pas que l'industrie n'a pas besoin de capitaux. En revanche, la solution ne réside peut-être pas nécessairement dans les capitaux étrangers. Le besoin de capitaux d'une industrie peut s'expliquer de deux façons. L'industrie a peut-être besoin de capitaux pour maintenir ses activités courantes. Ce n'est pas le cas avec les médias car les médias génèrent des recettes. Par ailleurs, des pressions s'exercent sur toute société cotée en bourse pour que celle-ci croisse. L'industrie est relativement bien ancrée et ces entreprises croîtront par le truchement d'acquisition, à l'échelle soit nationale soit internationale. Or, les occasions d'acquisition ne se présentent pas régulièrement. Les entreprises ont donc besoin de capitaux parce que leurs disponibilités ne leur permettent peut-être pas de saisir la prochaine occasion d'acquisition.

La croissance n'est peut-être pas une importante priorité de politique publique, mais il ne faut pas oublier que les capitaux sont mobiles. Si nous voulons que nos médias soient soutenus par des capitaux publics, nous devons créer un environnement où les entreprises médiatiques pourront croître et obtenir un bon rendement sur leurs investissements. Dès que les marchés des capitaux perçoivent qu'il est risqué d'investir dans les entreprises médiatiques en raison d'un environnement réglementaire imprévisible ou non convivial, ces entreprises deviendront moins attrayantes et le coût de leur capital augmentera.

**M. Tim Casey, directeur général, Médias et divertissement, BMO Nesbitt Burns:** Je parlerai des coûts et de l'endettement des entreprises ainsi que des attentes des investisseurs. J'aborderai aussi la question de la convergence.

Je ferai le survol des coûts et des tendances, à la page 4. Il ne faut pas oublier que les médias sont des entreprises à coûts fixes. Cela signifie qu'elles ont un important levier opérationnel. Nous savons que la publicité est un baromètre de l'activité économique générale. L'activité publicitaire suit le cycle économique qui monte et qui descend et l'économie qui croît et se contracte. Les entreprises médiatiques ont des coûts fixes, ce qui signifie que leur rentabilité augmente à mesure que l'économie s'améliore et qu'elle diminue à mesure que l'économie se contracte.

L'autre lapalissade au sujet de ces entreprises est qu'elles n'ont pas besoin de beaucoup de capital. Contrairement aux entreprises de distribution par câble ou aux imprimeries, elles n'ont pas à

have to do that in the newspaper business every 30 years, but it is not an ongoing cost of doing business. The capital requirements would be under five per cent of revenues.

What is an ongoing cost to the business is fragmentation. That means that there are only so many hours in the day, but we have more media options competing for our time. The companies are faced with a challenge. If they do not fragment their own audience, their competitors will do it for them. They have to re-deploy a certain amount of their profitability into growth businesses, which implies they will incur some operating losses in those businesses as they ramp them up from the start-up phase. We see that across any business sector. These businesses are mature and are being eaten away at the margin by some of the new competitors. They have to get into that game and take capital out of their existing business, a significant operating leverage in these companies and a high fixed cost.

Pages 5 and 6 provide some long-term operating market trends. In our business, we use EBITDA, earnings before interest, taxes, depreciation and amortization. That means the operating cash flow that you are producing from your business to pay taxes, service debt and provide a return to your owner. Page 5 illustrates the long-term profitability in the television business in Canada. This is public information generated by the CRTC. You can see that the conventional television business has suffered systemic margin erosion. There are cyclical variations. We see the trough in 1990-91 during a recession and a little dip in 1997-98. It is going in a southward direction.

The specialty television line — think of that as cable channels — generally shows a decline in average reported margins. That reflects all the new channels coming on, because new channels generate a loss, whereas older channels have a more stable level of probability. There are few of these companies that are pure plays. Most of the media companies in Canada — all the big ones — have a variety of businesses within their asset mix, so they are insulated from the “air pockets” that one might experience in an individual business.

Page 6 shows the radio business. There is a trough in the early 1990s because of the recession, but also a nice margin recovery. That reflects deregulation in the business in 1996. The CRTC introduced some rules that allowed operators to own twice as many stations in an individual market and the big operators in Canada doubled up. That permitted them to buy all the revenues of an in-market competitor with only half the costs. We have seen a decent recovery in the margins. It levelled off in the last couple of years. This is not to imply that radio is attracting market share away from some of the other media out there. They have got their own house in order because of some CRTC rules.

Page 7, 8, 9 and 10 outline the cost breakdowns of individual businesses. The most important thing is to recognize this fixed-cost aspect, except one note on page 9, which is the newspaper business; there is a more cyclical influence on the cost side because

renouveler leur usine et leur matériel. Certes, l'industrie des journaux le fait tous les 30 ans, mais il ne s'agit pas de coûts permanents. Les besoins en capital seraient de 5 p. 100 des revenus.

En revanche, la fragmentation constitue un coût permanent. Autrement dit, il y a un nombre d'heures donné dans une journée, mais d'autres médias veulent avoir les mêmes heures. Les entreprises font face à un défi. Si elles ne fragmentent pas leur auditoire, leurs concurrents le feront pour elles. Elles doivent redéployer une certaine part de leurs profits dans le développement d'entreprises, ce qui signifie qu'elles encourront des pertes d'exploitation dans ces entreprises naissantes. On voit cela dans tous les secteurs d'activités. Ces entreprises en pleine maturité se font gruger marginalement par certains nouveaux concurrents. Elles doivent jouer le jeu et sortir de leurs capitaux, un levier d'exploitation important et un coût fixe élevé.

Les pages 5 et 6 indiquent certaines tendances du marché à long terme. Dans notre entreprise, nous utilisons L'EBITDA, soit le résultat opérationnel avant intérêts, impôts, dépréciation et amortissement. Autrement dit, l'excédent brut d'exploitation servant au paiement des impôts, au service de la dette et à la rémunération du propriétaire. La page 5 illustre la rentabilité à long terme des entreprises télévisuelles au Canada. Le CRTC fournit ces renseignements publics. Vous pouvez constater que la télévision générale souffre d'une érosion systémique des marges. Il y a des variations cycliques. On voit la phase de récession en 1990-1991 et un petit creux en 1997-1998. Les choses vont vers le sud.

La télévision spécialisée, les chaînes distribuées par câble, montre un déclin dans les marges moyennes. Cela reflète toutes les nouvelles chaînes qui font leur apparition car celles-ci engendrent des pertes alors que les chaînes bien établies ont un niveau de rentabilité plus stable. Peu de ces entreprises sont des entreprises non diversifiées. Au Canada, la plupart des entreprises médiatiques, toutes les grandes, comptent diverses activités dans leurs actifs, si bien qu'elles sont à l'abri des «courants descendants», auxquels le marché individuel peut être confronté.

La page 6 montre les marges pour la radio. On constate un creux au début des années 90 en raison de la récession, creux suivi d'une belle progression. Cela reflète la déréglementation dans le secteur en 1996. Le CRTC a instauré des règles permettant aux exploitants de posséder deux fois plus de stations dans un marché individuel, si bien que les grands exploitants ont doublé leur nombre de stations. Ces nouvelles règles leur ont permis d'acheter tous les revenus d'un concurrent sur un marché visé pour seulement la moitié des coûts. On constate une reprise décente des marges. Celles-ci se sont stabilisées au cours des dernières années. Cela ne veut pas dire que la radio détourne une part de marché des autres médias, mais bien que les règles du CRTC ont permis de faire le ménage.

Les pages 7, 8, 9 et 10 présentent la ventilation des coûts des entreprises. Il importe surtout de se pencher sur l'aspect des coûts fixes, sauf pour ce qui est des journaux, à la page 9, où l'on constate que le coût du papier journal exerce une influence



of the cost of newsprint. Newsprint and ink represent about a quarter of the cost of the business. It is much more volatile than any cost input on the broadcasting side. Newspaper profitability is generally more volatile than some of the other media. Interestingly, the newspaper business benefits from the decline of the U.S. dollar because newsprint is priced in U.S. dollars. Canadian operators are benefiting from the decline in the U.S. dollar.

I want to take a moment to talk about convergence. Fragmentation is the number one trend that we struggle with when we try to assess these companies. Three things bring it on: Digitalization, deregulation and globalization. I mean by that, as the content businesses went digital, as television companies are allowed to transmit their signals off satellites, as newspaper companies can transport their content across a variety of individual newspapers, it has allowed an explosion of content. At the same time, business has been deregulated around the world. The European television industry was deregulated in the 1990s, which allowed private entrepreneurs to come into what was a state-regulated business. That has provided a globalization trend. We have seen the big U.S. companies — the studio system, particularly, from a content perspective — really globalize their business. In Canada we have kept those forces at bay with our content regulations, but we are not immune to them. Our broadcasters buy product that is priced on a global basis. They are competing with these other media choices. That has caused a fragmenting effect and led the industry to consolidate. This has resulted in convergence. It means that operators are either consolidating horizontally — buying more media properties — or consolidating vertically, which implies they are buying distribution. AOL Time Warner was the marriage of content and distribution. It is my opinion that this trend will accelerate.

I was in Chicago at the National Cable Show, which is the cable industry convention. There are cable channels, operators and equipment suppliers. The cable industry is developing interactive models at an unprecedented pace. Television viewers will be able to interact with their TVs more in the future than they have in the past. That will provide a greater incidence of fragmentation. This trend will continue and the industry continues to evolve in trying to react.

Page 12 shows some share price charts of six companies that pursued a convergence strategy in the late 1990s and early 2000. It has been a difficult venture. This is not to say that convergence does not work; this reflects that the industry and the investment community oversold the idea to shareholders, and essentially, people paid premium prices at the top of a cycle. Capital is mobile. We had a recession in the last couple of years. The impact of September 11, 2001 impacted the media business. It has been a difficult time for these companies, but that is not to suggest that anyone has slowed down their consolidation or convergence

cyclique sur les coûts. Le papier journal et l'encre représentent environ un quart des coûts d'une entreprise. Ces coûts sont beaucoup plus changeants que certains des coûts associés à la radiotélévision. La rentabilité de la presse écrite est habituellement plus instable que celle des autres médias. Il est intéressant de noter que la presse écrite bénéficie du recul du dollar américain du fait que le prix du papier journal est établi en dollars américains. Les exploitants canadiens bénéficient de la dépréciation du dollar américain.

Permettez-moi de parler brièvement de la convergence. La fragmentation est la principale tendance dont nous devons tenir compte lorsque nous tentons d'évaluer ces entreprises. L'évaluation porte sur trois aspects: la numérisation, la déréglementation et la mondialisation. Cela signifie que la numérisation du contenu, la transmission des signaux par satellites et la diffusion de l'information par le truchement de divers journaux ont permis une explosion du contenu. Parallèlement, le secteur a fait l'objet d'une déréglementation aux quatre coins du monde. L'industrie télévisuelle européenne a été déréglementée dans les années 90, ce qui a permis aux entrepreneurs privés de pénétrer ce qui était un marché réglementé par l'État. Cela a donné lieu à une tendance mondiale. On a vu les grandes entreprises américaines, le système de studio, particulièrement, d'un point de vue contenu, mondialiser leurs activités. Au Canada, nous avons tenu ces forces à distance avec notre réglementation en matière de contenu, mais nous ne sommes pas à l'abri. Nos téléradiodiffuseurs achètent des produits dont le coût est établi mondialement. Ils concurrencent d'autres médias. Cela a donné lieu à une fragmentation et conduit l'industrie à se regrouper, ce qui a induit la convergence. Autrement dit, les exploitants réalisent des concentrations horizontales, en achetant davantage de médias, ou verticales, en achetant la distribution. AOL Time Warner est le parfait exemple du mariage du contenu et de la distribution. Selon moi, cette tendance s'accélérera.

Je suis allé à Chicago, au congrès de l'industrie du câble, le National Cable Show. Il y avait là des chaînes de câble, des exploitants et des fournisseurs de matériel. L'industrie du câble développe des modèles interactifs à un rythme inégalé. Dans l'avenir, les téléspectateurs pourront interagir avec leur appareil télé davantage que ce ne fut le cas dans le passé. Cette situation aura pour effet de rehausser la fragmentation. La tendance se maintiendra et l'industrie continuera d'évoluer en essayant de s'adapter.

La page 12 montre le cours des actions de six entreprises qui ont poursuivi une stratégie de convergence à la fin des années 90 et au début de 2000. La chose ne fut pas facile, mais cela ne veut pas dire que la convergence ne fonctionne pas; cela reflète le fait que l'industrie et le milieu des investisseurs en ont trop vanté l'idée aux actionnaires et que, essentiellement, les gens ont payé le prix fort au plus haut du cycle. Les capitaux sont mobiles. Nous avons eu une récession au cours des dernières années. L'impact du 11 septembre 2001 s'est fait sentir dans l'industrie des médias. Les entreprises de ce secteur ont connu des jours difficiles, mais elles

strategies. They just no longer talk about it as a way to accelerate profitability.

Pages 13 and 14 are six simple pie charts that illustrate the revenue mix of six publicly traded Canadian media companies. These companies represent almost \$7 billion in revenues. They are the backbone of the business. There is not one that does not have an integrated-media platform as central to its strategy. Even Torstar, which many of you may think of as *The Toronto Star*, has several media properties through which it distributes its content and attracts advertising. Convergence is here to stay.

On the debt side, we have just had a massive consolidation cycle. Many of these companies used debt to finance their acquisitions. There has been an overall increase in leverage.

Page 16 illustrates one metric that the investment community uses that compares debt to EBITDA. It measures debt versus operating cash flow as a measure of financial risk. I have highlighted the cable companies, which have a ratio of about 5:1. They have a stable revenue stream. The media companies — except for CanWest Global — are below that. None of these companies are bankruptcy candidates. They generate inherent cash flow from their traditional businesses. Nobody is facing any significant financial restrictions. The risk is economic. If there were a significant macroeconomic event that pushed the economy into recession, most of the companies on this list — particularly the media companies — would suffer top-line erosion and that would impair their ability to service debt.

We have seen some anecdotal evidence from some advertising markets, and it looks favourable.

We were asked to provide some assessment of what investors are looking for. The simple answer is performance. Capital is mobile. If shareholders perceive that they are not getting a return on their investment in the media business, they will pursue other opportunities. They do not have to have media in their portfolio. People who own shares in a mutual fund want the fund to go up. If they perceive that a regulation has been introduced that impairs the ability of media companies to generate a return that is competitive with other industries, that capital will flee. If you ask what is the number, I would say that the industry has a long track record of outpacing GDP growth and inflation in the context of cyclical variations. The industry produces free cash flow, which should mean an ability to pay down debt or increase dividends. Right now the stock market is probably discounting growth at about five per cent across the TSE as a whole. Investors are expecting a growth in excess of that.

n'ont pas ralenti pour autant leurs stratégies de concentration ou de convergence. Elles n'en parlent tout simplement plus comme d'une manière d'accélérer la rentabilité.

Aux pages 13 et 14, six diagrammes à secteurs illustrent la composition des revenus de six entreprises médiatiques canadiennes cotées en bourse. Leurs revenus représentent quelque 7 milliards de dollars. Ces entreprises sont le fer de lance du secteur. Elles ont toutes une plate-forme de médias intégrés au cœur de leur stratégie. Même la société Torstar, que vous êtes peut-être nombreux à assimiler au *Toronto Star*, possède plusieurs médias par l'intermédiaire desquels elle distribue son contenu et attire les investissements. La convergence est là pour rester.

Pour ce qui est de l'endettement, je dirai d'abord que nous sortons d'un formidable cycle de regroupement. Nombre d'entreprises ont recouru à l'endettement afin de financer leurs acquisitions. Il y a eu une augmentation générale du niveau d'endettement.

La page 16 présente une mesure utilisée par les investisseurs afin de comparer l'endettement à l'EBITDA. Cette mesure de l'endettement par rapport à l'excédent brut d'exploitation permet de mesurer le risque financier. J'ai surligné les entreprises de câble, qui ont un ratio de 5:1 environ. Elles ont un flux de revenus stable. Les entreprises médiatiques, à l'exception de CanWest Global, ont un ratio inférieur à celui-là. Aucune de ces entreprises n'est candidate à la faillite. Leurs activités traditionnelles génèrent des bénéfices. Aucune n'est soumise à d'importantes restrictions financières. Le risque est d'ordre économique. Si un événement macroéconomique important venait précipiter l'économie dans une récession, la plupart des entreprises sur cette liste, particulièrement les entreprises médiatiques, verraient une érosion de leurs disponibilités qui entraverait leur capacité d'assurer le service de leur dette.

Les données isolées qu'on a de certains marchés publicitaires augurent bien de la situation.

On nous a demandé d'évaluer les attentes des investisseurs. La réponse est simple: le rendement. Les capitaux sont mobiles. Si les actionnaires ont l'impression qu'ils n'obtiennent pas un bon rendement sur leurs investissements dans le secteur des médias, ils se tourneront vers d'autres secteurs. Ils ne sont pas obligés de détenir des actions d'entreprises médiatiques. Les gens qui ont des actions de fonds mutuels veulent que le fonds s'accroisse. S'ils sentent qu'un règlement entrave la capacité des entreprises médiatiques de générer un rendement qui soit concurrentiel par rapport à d'autres industries, ils investiront ailleurs. Si vous voulez un chiffre, je dirais que l'industrie affiche depuis fort longtemps un rendement supérieur à la croissance du PIB et à l'inflation dans le contexte des variations cycliques. L'industrie dégage des disponibilités brutes lui permettant de rembourser sa dette ou d'augmenter les dividendes. À l'heure actuelle, le marché boursier escompte probablement une croissance de quelque 5 p. 100 pour tous les titres de l'indice TSE. Les investisseurs s'attendent à une croissance supérieure à cela.



**Ms. Horan:** One other thing I might add on the debt front is that often, people will look at leveraged companies and think they are taking action because they have this debt load that they have to service. It is important to remember that debt is the least expensive form of capital. It is less expensive than equity. The pressure to perform or generate cash is not greater when you finance with debt; it is arguably greater when you finance with equity. You have diluted yourself and the pressure is to grow faster.

**The Chairman:** Could you explain the meaning of “national advertising”?

**Ms. Horan:** National advertising is handled by a national sales force. If I use the automotive industry as an example, General Motors introducing a new vehicle would be a national ad, but a local dealership would be a retail or local ad.

**The Chairman:** The ads you can see all across the country?

**Ms. Horan:** Yes.

**Senator Gustafson:** My questions come from page 7, “fragmentation of audience only.” My observation, watching my grandchildren and other young people, is they are on the Internet. I seldom see them read the newspaper or even watch the news. What will this trend do to the industry? Has it always been like that?

**Ms. Horan:** You are right that the youth market is difficult to reach. That is a key concern for media directors of advertising companies. The youth audience is not reading newspapers and the audience levels for television are not as great as they used to be; that has been a significant trend. That is why I mentioned gaming as something that has attracted youth attention.

**Senator Gustafson:** That trend is also at the university level. You do not see students reading newspapers, even in fourth-year university; can you comment on that?

**Mr. Casey:** We can look at the experience of the music industry. When Napster was introduced and altered the profit model, it left media operators quaking in their boots, particularly on the content side. The media companies are feeling their way through this. They know that fragmentation is unstoppable. There are a number of media assets geared to kids and university-aged people. There is no simple solution to it.

**Senator Gustafson:** It appears to me that when the Canadian public gets fed up with CNN, they turn to the BBC. How big an impact is globalization having on our media — or is it?

**Mr. Casey:** The television that most Canadians watch is regulated by the CRTC through the eligible list. The CRTC decides what channels can and cannot be on that list. As more people acquire a satellite dish or digital cable box their options will increase, but there will still be a gatekeeper. They are free to go on the Internet and read anything they choose.

**Mme Horan:** Au chapitre de l'endettement, j'aimerais ajouter que, souvent, les gens pensent que les sociétés à levier financier agissent parce qu'elles doivent s'acquitter du service de leur dette. Il ne faut pas oublier que l'endettement est la forme la moins chère de capital. Il coûte moins cher que les capitaux propres. Une entreprise qui se finance au moyen de l'endettement ne subit pas davantage de pressions au titre des rentrées de fonds; il est permis de croire que ces pressions sont plus grandes pour une entreprise qui recourt au financement sous forme d'actions. Dans ce cas, des pressions s'exercent pour une croissance plus rapide en raison de la dilution de l'avoir des actionnaires.

**La présidente:** Pouvez-vous expliquer l'expression «publicité nationale»?

**Mme Horan:** La publicité nationale est dictée par la force de vente nationale. Je vais prendre un exemple dans l'industrie automobile. General Motors fera une publicité nationale pour lancer un nouveau véhicule alors qu'un détaillant fera une publicité locale.

**La présidente:** Les publicités qu'on peut voir d'un bout à l'autre du pays?

**Mme Horan:** Oui.

**Le sénateur Gustafson:** J'ai des questions au sujet de la «fragmentation de l'auditoire», page 7. J'observe mes petits-enfants et d'autres jeunes, et je constate qu'ils naviguent sur Internet. Je les vois rarement lire le journal ou même regarder les informations. Que veut dire cette tendance pour l'industrie? Est-ce que les choses ont toujours été comme ça?

**Mme Horan:** Vous avez raison de dire que le marché des jeunes est difficile à atteindre. Les directeurs des médias au sein des entreprises de publicité s'en préoccupent vivement. Les jeunes ne lisent pas les journaux et l'auditoire télévisuel a rétréci. C'est une tendance significative. C'est pour cela que j'ai mentionné le jeu comme un moyen de capter l'attention des jeunes.

**Le sénateur Gustafson:** C'est une tendance universelle. On ne voit pas de jeunes qui lisent les journaux, même ceux qui en sont à leur quatrième année d'études universitaires. Avez-vous des commentaires à formuler à ce sujet?

**M. Casey:** On peut se pencher sur le cas de l'industrie de la musique. Lorsque Napster est apparu et a modifié le modèle de rentabilité, les exploitants de médias ont tremblé dans leurs bottes, particulièrement au chapitre du contenu. Les entreprises médiatiques en sont là. Elles savent que la fragmentation est impossible à arrêter. Il y a des médias qui visent les enfants et les jeunes universitaires. Il n'existe pas de solution simple.

**Le sénateur Gustafson:** Il me semble que le public canadien opte pour la BBC lorsqu'il en a assez de CNN. Quel impact la mondialisation a-t-elle sur nos médias; a-t-elle un impact?

**M. Casey:** La plupart des Canadiens optent pour des chaînes qui sont réglementées par le CRTC. Celui-ci donne ou refuse les autorisations. De plus en plus de gens ont davantage d'options du fait qu'ils se procurent une antenne parabolique ou une boîte de connexion numérique, mais il y a tout de même un contrôle. Les gens sont libres de naviguer sur Internet et de lire ce qui leur plaît.

**Senator Gustafson:** The dish is being used more in rural areas than in urban areas?

**Ms. Horan:** Satellite has increasing penetration in urban markets and digital cable is a primarily urban distribution means. Most Canadians still get their news from Canadian sources and look for a Canadian viewpoint, although there are those alternatives.

**Senator Ringuette:** In your table on page 3, composition of major media advertising dollars, you do not include Internet advertising dollars in your pie chart. Would you know what it is?

**Ms. Horan:** It is small, less than five per cent. I think it is \$50 million.

**Senator Ringuette:** Of the total advertising in Canada?

**Ms. Horan:** It is about \$50 million or \$60 million, in that range. For example, television is about two and a half billion.

**Mr. Casey:** One of the things that we struggle with is that integrated media companies own many of the major Internet sites. You may go to *The Globe and Mail* Web site and see an ad. It is difficult for us to figure out when that ad is sold, whether it was packaged in with *The Globe and Mail* or CTV or someone was trying to buy over the Internet. That is a grey area.

**Senator Ringuette:** I would think that would be part of the revenue strategy for convergence, to add another medium to the advertising community.

**Ms. Horan:** I will mention that the Internet is such a fragmented market. Even though there are viewers on the Internet, it is so fragmented that it is not that attractive to an advertiser wanting to build a campaign. That is a problem.

**Senator Ringuette:** That \$50 million to \$60 million has moved from one advertising source or medium to the Internet. Would you know who is losing out on that dollar?

**Ms. Horan:** It is hard to track when it is that small. There has been some move of classified advertising to the Internet and the long-term trend for classified advertising is down significantly. It is hard to track where the cash is exactly.

**Mr. Casey:** On a long-term basis, daily newspapers are growing more slowly than other media, which implies they are losing market share. They may not be losing an ad to somebody else, but they are not getting the next ad.

**Senator Ringuette:** I would suspect that for the marketing industry, the consumer is identified as readership for both newspapers and the Internet, so I would tend to agree with your comments.

**Senator LaPierre:** We were told that convergence is the answer to the decreasing revenues and to the difficulties of traditional media. If you consolidate ownership of various means of communication — radio, television and newspapers — paradise will be yours forever?

**Le sénateur Gustafson:** La soucoupe est-elle plus utilisée dans les régions rurales que dans les villes?

**Mme Horan:** La télévision par satellite pénètre de plus en plus les marchés urbains et le câble numérique est un outil de distribution essentiellement urbain. La plupart des Canadiens écoutent les informations à partir de chaînes canadiennes et recherchent un point de vue canadien, bien qu'ils aient d'autres choix.

**Le sénateur Ringuette:** À la page 3, votre diagramme sur la répartition des dollars publicitaires ne comprend pas les dollars publicitaires visant Internet. Avez-vous ce renseignement?

**Mme Horan:** C'est peu, moins de 5 p. 100. Je crois qu'il s'agit de 50 millions de dollars.

**Le sénateur Ringuette:** De l'ensemble de la publicité au Canada?

**Mme Horan:** On parle de quelque 50 ou 60 millions de dollars, quelque chose comme ça, par rapport à quelque deux milliards et demi pour la télévision.

**M. Casey:** Une des difficultés est que les entreprises médiatiques intégrées possèdent la plupart des sites Internet. On peut se rendre sur le site web du *Globe and Mail* et trouver une publicité. Il est difficile de connaître la source de cette publicité. Provient-elle du *Globe and Mail*, de CTV ou de quelqu'un qui cherche à se faire connaître sur Internet? C'est une zone grise.

**Le sénateur Ringuette:** Selon moi, l'ajout d'un autre médium dans le milieu publicitaire est partie de la stratégie de recettes dans le cadre de la convergence.

**Mme Horan:** Je dirai qu'Internet est un marché très fragmenté. Bien qu'il y ait des téléspectateurs sur ce réseau, le marché est tellement fragmenté qu'un publicitaire n'a pas grand intérêt à lancer une offensive sur Internet. C'est un problème.

**Le sénateur Ringuette:** Au détriment de qui ces 50 ou 60 millions de dollars publicitaires ont été détournés vers Internet? Savez-vous qui perd au change?

**Mme Horan:** C'est difficile à dire parce que c'est tellement peu. Internet accapare un peu plus la publicité par petites annonces et la tendance à long terme pour ce type de publicité est franchement à la baisse. Il est difficile de dire précisément où sont les dollars.

**M. Casey:** À long terme, les quotidiens croissent plus lentement que les autres médias, ce qui signifie qu'ils perdent une part de marché. Ils ne perdent peut-être pas de publicité aux mains d'un autre média, mais les nouvelles publicités leur échappent.

**Le sénateur Ringuette:** Je suppose que l'industrie de la commercialisation associe l'effectif-lecteurs tant aux journaux qu'à Internet, si bien que je suis porté à être d'accord avec vous.

**Le sénateur LaPierre:** On nous a dit que la convergence était la solution aux pertes de revenus et aux difficultés des médias traditionnels. Est-ce que le regroupement de la propriété de divers moyens de communication — radio, télévision et journaux — règlera tous les problèmes?



**Ms. Horan:** At least it will not be certain demise.

**Mr. Casey:** It has been less than utopian for shareholders.

**Senator LaPierre:** It has not happened? We were sold a basket of nothing?

**Ms. Horan:** You can look at it as more of a defensive strategy than an offensive strategy. If they did nothing, things could have been worse.

**Mr. Casey:** I think it was oversold. If the hype had not been there, I do not think that "convergence" would be such a dirty word. It is a natural reaction in an industry that is facing these trends.

**Senator LaPierre:** Is convergence an argument for consolidation of ownership of media or is it a result?

**Mr. Casey:** I think it is a result.

**Senator LaPierre:** It is a result. In other words, companies did not go out to buy a whole lot of properties in order to converge. They bought a whole lot of properties because they wanted to, and it gave them a great sense of being the males of the planet. I just got back from Banff, where there was a big discussion about which came first, the great desire to consolidate and make money, or convergence.

**Mr. Casey:** I think Canadian companies have seen massive consolidation on the U.S. side. Their suppliers of content get bigger. They have seen buyers of their airtime get bigger. They had to consolidate just to keep pace.

**Ms. Horan:** There is a pressure to grow in what is ultimately a reasonably mature market. There is always pressure to find the next dollar, and it is easier and you are more likely to be successful buying in a market where you are familiar with the dynamics than trying to grow internationally.

**Senator LaPierre:** However, could it not be argued that the consolidation has created an immense amount of debt? This has been financed by accumulated debt. Look at the debts of CanWest Global and Quebecor. This debt has been accumulated to facilitate ownership, with the hope that the Canadian government will change its foreign ownership rules so that they can be easily sold to the Americans. The end result is that the companies with this immense debt are not fulfilling the Canadian content requirements of the CRTC. Yet they buy billions of dollars worth of American programming from Los Angeles that they play in prime time, and the Canadian people are paying for this nonsense that continues merrily on and for which there seems to be no rational economic reason.

**Mr. Casey:** I respectfully reject that.

**Senator LaPierre:** Why?

**Mme Horan:** Cela évitera au moins un certain effondrement.

**M. Casey:** Cela est moins qu'utopique pour les actionnaires.

**Le sénateur LaPierre:** Cela ne s'est pas produit? On nous a vendu un panier vide?

**Mme Horan:** On peut voir ça comme une stratégie défensive plutôt que comme une stratégie offensive. Si on n'avait pas bougé, la situation aurait pu se détériorer encore davantage.

**M. Casey:** Selon moi, on a trop vanté l'idée de la convergence. Si on n'avait pas fait autant de tapage avec cette idée, je ne crois pas que le mot «convergence» aurait aussi mauvaise presse. C'est une réaction naturelle au sein d'une industrie confrontée à ces tendances.

**Le sénateur LaPierre:** La convergence est-elle un argument pour le regroupement de la propriété des médias ou est-ce un résultat?

**M. Casey:** Selon moi, c'est un résultat.

**Le sénateur LaPierre:** C'est un résultat. Autrement dit, ce n'est pas en vue de la convergence que les entreprises ont commencé à acquérir d'autres entreprises. Elles ont fait des acquisitions parce qu'elles le voulaient, et cela leur a donné un sentiment de supériorité. Je reviens de Banff, où s'est tenue une discussion quant à savoir si le désir de regroupement et de profits avait précédé l'idée de la convergence ou le contraire.

**M. Casey:** Je crois que les entreprises canadiennes ont vu un important regroupement du côté américain. Leurs fournisseurs de contenu sont devenus plus gros. Elles ont vu les acheteurs de leur temps d'utilisation du satellite devenir plus gros. Elles ont dû se regrouper pour pouvoir suivre la cadence.

**Mme Horan:** La croissance devient nécessaire dans un marché qui a presque atteint son plein développement. On est toujours poussés à vouloir faire davantage de profits et il est plus facile de faire des acquisitions et de réussir sur un marché dont on connaît les forces que de tenter sa chance sur la scène internationale.

**Le sénateur LaPierre:** Toutefois, ne peut-on pas dire que les regroupements ont créé un endettement énorme? Ces regroupements ont été financés au moyen de la dette accumulée. Qu'on pense aux sociétés CanWest Global et Québecor qui ont accumulé une dette pour pouvoir plus aisément faire des acquisitions, dans l'espoir que le gouvernement canadien modifierait ses règles en matière de propriété étrangère et qu'elles pourraient vendre sur le marché américain. Il s'ensuit que les entreprises aussi endettées ne satisfont pas aux exigences du CRTC en matière de contenu canadien. Elles achètent des émissions de Los Angeles qui valent des milliards de dollars, émissions qu'elles présentent aux heures de grande écoute, et ce sont les Canadiens qui font les frais de cette pratique aberrante qui se poursuit et qui ne semble pas avoir de fondement économique rationnel.

**M. Casey:** Je ne suis pas de cet avis.

**Le sénateur LaPierre:** Pourquoi?

**Ms. Horan:** Rather than the Canadian people paying for the broadcasters going to Los Angeles, in fact it is the profitability of that American programming that pays for Canadians to see Canadian content.

There has been accumulation of debt in order to acquire companies. There was a lot of consolidation at the peak of the market. That created two problems: One, it made it difficult for these companies to substitute debt for equity because suddenly they did not have the equity currency and the capital markets were not there to replace debt with equity.

In the case of Quebecor, the plans were to sell set assets to finance some of the acquisition activity, and those markets collapsed. They could not sell Abitibi at the price they wanted. They could not sell their telecom assets at the price they wanted and Microcell went bankrupt. At the same time, we had a downturn in the economic environment. You have a high fixed cost, so a tiny downturn on the top line has a dramatic impact on the bottom line and reduces the ability to address debt through free cash flow, which was also impacted. The assumption of debt was more a result of bad markets, and they are still living under that.

Even though there is a lot of debt, it is still cheaper than equity. I am not sure that the companies' actions have been significantly different from what they might have been had they financed with equity.

**Mr. Casey:** The senator's comment that people are loading on debt for no economic reason and giving money to Hollywood is wrong. CanWest Global pursues a programming strategy that they have had for 25 years. They have not altered their strategy because they own newspapers. The only change since they acquired the newspapers has been a much better news product. Viewership of their nightly news has increased.

I do not see how it can be argued that Canadians have been ill served because they used debt to finance this acquisition and continue to pursue programming that produces profits and Canadians watch. The viewing habits of Canadians continue to be oriented towards U.S. programming. That is a fact. Quebecor buys an infinitesimal amount of U.S. programming relative to what they buy from anyone else.

**Ms. Horan:** It is interesting that through convergence, Quebecor has used all its properties to drive a key Canadian-based program called *Star Académie*, which was the top-rated program and had a 72 per cent market share when it aired. It was driven by promotion in their newspapers and video stores. It was a very compelling example of how convergence can work.

**Mme Horan:** En fait, les Canadiens ne paient pas les radiodiffuseurs pour qu'ils aillent acheter des émissions à Los Angeles, ce sont plutôt les profits tirés de la présentation de ces émissions qui permettent aux Canadiens de voir des émissions à contenu canadien.

L'acquisition d'entreprises nécessite une accumulation de la dette. Il y a eu d'importants regroupements lorsque le marché a atteint un sommet. Cela a créé deux problèmes: ces entreprises ont eu de la difficulté à remplacer leur endettement par des capitaux propres parce qu'elles n'avaient pas les capitaux propres et que les marchés des capitaux n'étaient pas là pour remplacer l'endettement par des capitaux propres.

Dans le cas de la société Québecor, les plans étaient de vendre des éléments d'actif pour financer certaines acquisitions, et ces marchés se sont effondrés. Elle n'a pas pu vendre Abitibi au prix souhaité. Ses activités de télécommunications n'ont pu être vendues au prix souhaité et Microcell a fait faillite. En même temps, il y avait un repli de l'environnement économique. Pour une entreprise qui a des coûts fixes élevés, une légère diminution de l'encaisse a un effet catastrophique sur les résultats nets, ce qui réduit la capacité de consacrer les disponibilités brutes, touchées elles aussi, au service de la dette. La prise en charge de la dette a été davantage le résultat des mauvais marchés, et les entreprises en subissent toujours les contrecoups.

Même si l'endettement est élevé, il coûte encore moins cher que les capitaux propres. Je ne sais pas si les interventions des entreprises ont été très différentes de ce qu'elles auraient été si elles avaient été financées au moyen de capitaux propres.

**M. Casey:** Le commentaire du sénateur à l'effet que des entreprises accumulent des dettes sans raison économique et donnent de l'argent à Hollywood n'a pas de sens. CanWest Global poursuit la même stratégie de programmation depuis 25 ans. Cette société n'a pas modifié sa stratégie parce qu'elle possède des journaux. La seule chose qui ait changé depuis qu'elle a acquis des journaux est qu'elle a des produits d'information de bien meilleure qualité. Son auditoire des informations de fin de soirée a augmenté.

Je ne vois pas comment on peut dire que les Canadiens sont desservis parce que cette entreprise a financé son acquisition en contractant une dette et qu'elle continue d'avoir une programmation qui génère des profits et qui plaît aux Canadiens. Ces derniers continuent d'être attirés par les émissions américaines. C'est un fait. La société Québecor achète une quantité minime d'émissions américaines par rapport aux autres émissions qu'elle achète.

**Mme Horan:** Il est intéressant de voir que Québecor a utilisé toutes ses propriétés, en convergence, pour produire une émission canadienne clé, *Star Académie*, émission classée en tête qui a attiré une part de marché de 72 p. 100 lors de sa diffusion. Cette émission a fait l'objet de publicité dans les journaux et les clubs vidéo de Québecor. Voilà un exemple parfait de convergence.



**Senator Eyton:** It is interesting to listen to this conversation, because our committee is focused on content and how can it be made better, and you are representing an industry focused on increasing profits and share price. There is a bit of a conundrum there.

I want you to comment on the current regulatory regime for media and broadcasting in Canada. Would you regard that regime as helpful or harmful?

What can that regime do to help our media? To my mind, you can only require greater investment and better news, including balance and public affairs, if you have the cash to sustain it. It seems to be coming together. The EBITDA numbers here reassured me. The share price has been a little less fortunate, but EBITDA seems reliable and capable of servicing the existing debt levels. Can you comment on the current regime — is it helpful or harmful and how may it be improved?

**Mr. Casey:** These guys are in show business and if there is no business there is no show, and if there is no show there is no business. They are profit-oriented businesses that need to attract readers and viewers. That will always be the case. We could say kindly that they are pragmatic business people. The less kind way to put it would be to say that talk out of both sides of their mouth, in that they like the CRTC rules that protect their businesses but they do not like the ones that restrict their ability to grow. I am not a public policy expert. I do not know how deregulating the CRTC will help these businesses, but from an investment perspective, less regulation will cause value to surface. That is not to say there will not be some roadkill along the way. Some businesses benefit more from regulation than others, but as a rule, stepping back from the regulatory perspective will create economic value. The public policy implications of that are for somebody else to answer.

**Ms. Horan:** To a large extent — I am going to talk more on the television side because that is where we see more regulation — the Canadian content is the cost of doing business. You see that in the margins, which are smaller in Canada than in the U.S. There is regulatory protection to help offset that and it is difficult to say what the right balance is. I think the capital market perspective is important because individuals' money is supporting these companies and if it dries up it will not be helpful to the industry. What is important for investors is predictability in the regulatory environment and not switchbacks. If there is a stable environment that can be counted on, then the people managing the business can make decisions around that and work out the best way to run a business in that environment, and investors can figure out what it is worth.

A shifting regulatory environment increases the risk profile, discourages investment and makes capital more expensive.

**Le sénateur Eyton:** Cette conversation est intéressante parce que notre comité s'attache à la question du contenu et des moyens de l'améliorer. Or, vous représentez une industrie axée sur la hausse des profits et le cours des actions. C'est une énigme.

J'aimerais entendre vos commentaires sur le régime réglementaire en vigueur touchant les médias et la radiodiffusion au Canada. Estimez-vous que ce régime est utile ou dommageable?

Comment ce régime peut-il aider nos médias? Que je sache, on ne peut qu'exiger de plus grands investissements et de meilleures informations, y compris les émissions d'affaires publiques, si on a le financement voulu. Cela semble indissociable. Les chiffres EBITDA m'ont rassuré. Le cours des actions est moins glorieux, mais EBITDA semble fiable et capable d'assurer le service des niveaux d'endettement existants. Que pensez-vous du régime actuel; est-il utile ou dommageable, et comment peut-il être amélioré?

**M. Casey:** Ces gens sont dans l'industrie du spectacle et il n'y a pas de spectacle s'il n'y a pas d'industrie et il n'y a pas d'industrie s'il n'y a pas de spectacle. Ce sont des entreprises axées sur le profit qui ont besoin d'attirer des lecteurs et des téléspectateurs. Il en sera toujours ainsi. On peut dire gentiment que ce sont des gens d'affaires pragmatiques. De façon plus directe, on pourrait dire qu'ils sont illogiques: les règles du CRTC qui protègent leurs entreprises leur plaisent alors que celles qui restreignent leur capacité de croissance leur déplaisent. Je ne suis pas un expert dans le domaine de la politique publique. Je ne sais pas comment le fait de déréglementer le CRTC aidera ces entreprises, mais du point de vue des investissements, il se trouve que l'assouplissement de la réglementation fera ressortir la valeur. Cela ne veut pas dire qu'il n'y aura pas de victimes. Certaines entreprises bénéficient davantage de la réglementation que d'autres, mais en règle générale, une diminution de la réglementation améliorera la valeur économique. Je ne peux pas dire quels effets cela aura sur la politique publique.

**Mme Horan:** Dans une large mesure — mes propos visent surtout la télévision parce que c'est là qu'il y a le plus de règlements — le contenu canadien est le coût à payer pour faire des affaires. On le voit dans les marges, plus étroites au Canada qu'aux États-Unis. Il y a une protection réglementaire permettant de compenser ce phénomène, et il est difficile de dire quel est le bon équilibre. Je crois que l'optique du marché des capitaux est important étant donné que des particuliers soutiennent financièrement ces entreprises et que la disparition de cette source de financement n'aiderait pas l'industrie. Les investisseurs détestent l'incertitude et ils veulent compter sur un environnement réglementaire prévisible. Lorsque qu'ils peuvent compter sur un environnement stable, les gens d'affaires peuvent prendre des décisions à l'avenant pour le bien-être de leur entreprise, et les investisseurs peuvent en apprécier la valeur.

Un environnement réglementaire changeant augmente le profil de risque, décourage les investissements et accroît le coût du capital.

**Senator Eyton:** Broadly speaking, what are your current recommendations in terms of buy, sell and hold relative to the companies we are talking about here?

**Mr. Casey:** We think the sector has benefited in the latest rally. Given what looks like a half-speed recovery, we think there are some stocks that will go higher.

**Ms. Horan:** Are you asking to see if there is any bias to our comments or for personal investment?

**Senator Eyton:** No. I wanted to know how you felt about the industry from a financial point of view. What I hear is a hold or a buy in some situations; is that correct?

**Ms. Horan:** It is a question of where the industry is and the investor's view of the industry, which can create investor opportunity. The industry as a whole seems to be on a steady road to recovery. We are seeing reasonably good advertising growth and management continuing to focus on costs. In some cases, that is accurately reflected in the share prices, and in other cases I think there are opportunities. There are a couple that are overvalued and we have a sell on them, but it is not so much a comment on a failing industry as a valuation comment.

**Senator Day:** You made the comment that equity is more expensive than debt. Could you explain what you mean by that?

**Ms. Horan:** You can look at it in different ways, but let's look at required return. When money is lent to a company it is usually at prime plus a certain amount. Let us say these companies are financing at around seven to nine per cent. The required return from an equity standpoint is higher than that. You can look at the impact on earnings. Financing with debt will often have less of a negative impact on earnings per share than if you finance with equity, so that you have more shares outstanding.

**Senator Day:** You also said if you finance with equity there is greater pressure for higher performance because that dilutes the shareholdings?

**Mr. Casey:** Debt provides some shield against taxes because interest is tax deductible. The risk of debt is that it is a fixed cost and these are cyclical businesses; when there is a slowdown, your ability to service that debt shrinks because there is a direct impact on the top line that affects your ability to produce excess cash flow.

**Senator Day:** You also said that investors' dollars could move quite easily. It is fleeting. I think you said that regulations could cause investors to be skittish if they think that will impact on the enterprise's ability to make the profit that they are expecting. Having in mind Senator Eyton's comments with respect to the CRTC and their decision not to get involved in the Internet, we are trying to decide whether that is the right decision, whether

**Le sénateur Eyton:** En gros, quelles sont vos recommandations relativement à l'acquisition, à la vente et à la conservation relativement aux entreprises dont il est question ici?

**M. Casey:** Nous croyons que le secteur a bénéficié de la récente reprise. Compte tenu de ce qui semble être une reprise à demi-vitesse, nous croyons que certaines actions vont prendre de la valeur.

**Mme Horan:** Posez-vous cette question pour voir si nos commentaires sont partiels ou pour un investissement personnel?

**Le sénateur Eyton:** Non, je voulais savoir ce que vous pensiez de l'industrie dans une optique financière. On parle de conservation ou d'acquisition dans certains cas, est-ce exact?

**Mme Horan:** Il s'agit de savoir où se situe l'industrie et ce que pense l'investisseur de l'industrie, c'est ce qui peut créer une occasion d'investissement. Dans son ensemble, l'industrie semble fermement engagée dans la voie de la reprise. On observe une croissance raisonnable de la publicité et la gestion continue de s'attacher aux coûts. Dans certains cas, cela se reflète avec précision dans le prix des actions et dans d'autres, il y a des occasions à saisir. Certaines sont surévaluées et on cherche à les vendre, mais il ne s'agit pas tant d'un commentaire sur une industrie en difficulté qu'un commentaire sur la valeur.

**Le sénateur Day:** Vous avez dit que les capitaux propres coûtent plus cher que l'endettement. Pouvez-vous donner des explications?

**Mme Horan:** On peut regarder la chose sous différents angles, mais prenons par exemple le rendement requis. Habituellement, les entreprises empruntent au taux préférentiel, majoré quelque peu. Disons que ces entreprises obtiennent un taux entre 7 et 9 p. 100. Du point de vue des capitaux propres, le rendement requis est plus élevé que cela. On peut regarder l'effet sur les gains. Le financement par emprunt a souvent un impact moins négatif sur les gains par action que le financement par capitaux propres de manière à avoir un plus grand nombre d'actions en circulation.

**Le sénateur Day:** Vous avez dit aussi que le financement par les capitaux propres multipliait les pressions pour l'obtention d'un rendement plus élevé en raison de la dilution de l'avoir des actionnaires?

**M. Casey:** L'endettement met d'une certaine façon à l'abri des impôts étant donné que les intérêts sont déductibles. Le risque de l'endettement est qu'il constitue un coût fixe et que le secteur est cyclique. Ainsi, lors d'un ralentissement, la capacité relative au service de la dette rétrécit étant donné que l'encaisse subit directement les contrecoups de cette capacité de produire un excédent.

**Le sénateur Day:** Vous avez dit aussi que les investisseurs pouvaient facilement décider d'investir ailleurs. Les investissements fluctuent. Je crois vous avoir entendu dire que les règlements pouvaient rendre les investisseurs difficiles s'ils estiment que ces règlements peuvent altérer la capacité des entreprises de réaliser les profits escomptés. Ayant en tête les commentaires du sénateur Eyton au sujet du CRTC et de sa



there should be regulatory intervention, and if so in what regard. Are you suggesting to us we had better be very careful because the investor dollars could move as a result of any regulation?

**Ms. Horan:** It is not that all regulation is viewed as bad. It is just that to the extent that a regulatory decision is made without any care for profit, if that is the environment that investors perceive, they will not want to be involved because their interests are not being protected.

**Senator Day:** Going back to Senator Gustafson's comment about audience fragmentation, I understood you to say that is, to some degree, pushing or driving convergence of various media?

**Ms. Horan:** In order to re-aggregate.

**Senator Day:** Re-aggregate in order to reach the audience and get the advertising dollars that drive the profit?

**Ms. Horan:** Yes.

**Senator Day:** You mentioned gaming as one aspect of the fragmentation. I agree with my colleague that gaming is hugely popular with the younger generation. Are you seeing media moving into the gaming side or do you see that happening in the future?

**Mr. Casey:** Canadian companies do not have the capital to get into that business. We are talking about Sony versus Microsoft. That is a league in which Canadians cannot play.

**Senator Day:** What happens to the Canadian media as a result?

**Ms. Horan:** Right now, the advertiser has not been able to effectively spend in that area. It will be difficult for Canadian advertising dollars to get into gaming because it is much more of a global product.

The good news is that advertisers in Canada still need to reach people and those dollars are not gone. They have to live with reaching fewer people.

**Senator Day:** There are lot of business dollars trying to gain access. You mentioned Napster, and that worked because they were not paying copyright fees. That model is evolving on the Internet and, presumably, there will be models in gaming to gather revenues from various sources. Do you agree with that? In this digitized world, a lot will happen in the next while in terms of business models to obtain revenues that we may not perceive at this stage.

**Mr. Casey:** Absolutely, but once again, that business has significant capital requirements to build platforms, develop games and leverage off content plays that are well above the capital resources of the domestic media business. That is not to say that somebody might not make a hit sometime.

décision de ne pas intervenir dans le réseau Internet, nous tentons de voir si cette décision est bonne, à savoir s'il devrait y avoir une intervention réglementaire et si oui, à quel égard. Êtes-vous en train de nous dire que nous devrions être très prudents du fait que toute réglementation pourrait inciter les investisseurs à investir ailleurs?

**Mme Horan:** Ce n'est pas que tous les règlements sont mauvais. Toutefois, si les investisseurs ont l'impression qu'une décision réglementaire est prise sans égard aux profits, ils ne voudront pas intervenir parce que cela ne va pas dans le sens de leurs intérêts.

**Le sénateur Day:** Pour revenir au commentaire du sénateur Gustafson au sujet de la fragmentation de l'auditoire, dites-vous que cela, dans une certaine mesure, suscite la convergence de divers médias?

**Mme Horan:** Le regroupement.

**Le sénateur Day:** Le regroupement de manière à atteindre l'auditoire et obtenir les dollars publicitaires qui génèrent les profits?

**Mme Horan:** Oui.

**Le sénateur Day:** Vous avez mentionné le jeu comme un des aspects de la fragmentation. Je suis d'accord avec mon collègue qui dit que le jeu est extrêmement populaire auprès des jeunes. Voyez-vous les médias se tourner vers le jeu ou en venir là dans l'avenir?

**M. Casey:** Les entreprises canadiennes n'ont pas les capitaux nécessaires pour aller dans cette direction. On parle de Sony et de Microsoft. Les Canadiens ne peuvent pas jouer dans cette ligue.

**Le sénateur Day:** Qu'advient-il des médias canadiens à cet égard?

**Mme Horan:** À l'heure actuelle, le publicitaire ne peut pas dépenser de façon efficace dans ce domaine. Il sera difficile de diriger des dollars publicitaires canadiens vers le jeu parce qu'il s'agit d'un produit plus mondial.

La bonne nouvelle est que les publicitaires canadiens ont encore besoin d'atteindre les gens et que ces dollars sont toujours là. Les publicitaires doivent se contenter d'atteindre un moins grand nombre de gens.

**Le sénateur Day:** De gros dollars publicitaires attendent d'être investis. Vous avez mentionné Napster, et cela a fonctionné parce qu'ils n'avaient pas de droits d'auteur à payer. Ce modèle évolue sur Internet et il y aura probablement des modèles dans le domaine du jeu qui auront diverses sources de revenus. Êtes-vous d'accord avec cela? Dans ce monde numérisé, des modèles d'entreprise ayant des sources de revenus auxquelles nous ne pensons pas actuellement ne manqueront pas de surgir.

**M. Casey:** Absolument, mais là encore, ce secteur a des besoins de capitaux pour la construction de plates-formes, l'élaboration de jeux et de contenu qui dépassent de loin les ressources en capital des entreprises médiatiques intérieures. Cela n'exclut toutefois pas une réussite individuelle.

**Senator Merchant:** I am expressing my own frustration here. I come from Saskatchewan, which is a very small market, and this profit-driven model that we have been talking about this morning is not serving the public very well. I think large media corporations are focused on short-term profit and not long-term value. They kill local programming because it is expensive, and they push national programming because it is cheap, even if it runs counter to local interests and community values. They kill the small businesses. I think that small owners have good ideas sometimes and are not looking at the profit. They do not have to make big profits or satisfy their shareholders. The large corporations are doing a disservice to small communities and small broadcasters, who are serving their own communities and are a reflection of their values. What are your views on that?

**Ms. Horan:** It is a bit of a conundrum. To some extent, there is a requirement for minimum local programming such as local news, for example, and in some cases — and this is more in larger markets — some of the magazine-type talk shows get produced.

You mentioned that the profit model is not serving the community that well. First of all, as a free market, that is the model we are left with; that is, individuals have put their own money into creating something and they want some money back as opposed to having it go down the drain. That is part of the purpose of the CBC, to be less focused on the bottom line. The government subsidizes it. If you cannot live with the profit model, you have to create a non-profit model, and that has been the one that services the communities that cannot justify creating that programming from a profit perspective.

**Senator Merchant:** The CBC, because the funds are restricted, is no longer able to service certain markets. You get people who are not familiar with certain areas. It is impersonal even at that level.

**Mr. Casey:** I would suggest that it is the right or the domain of local media entrepreneurs to fill that niche. Local radio operators should be able to serve those areas. One of the areas into which we see capital going is community publishing, where a paper is produced three or four times a week. It is advertisement driven. Those businesses are growing much faster than daily newspapers, but you cannot regulate a solution to a market that is underserved because of structural inefficiencies. There is just not the interest from advertisers to fund a local television station in certain markets. Canadian local media will survive and prosper by telling Canadian stories that Canadians want to hear, be that in a newspaper or on radio or TV. I do not see how you can regulate that.

**Ms. Horan:** To some extent you can create subsidies or encourage investment in local programming by giving tax credits to the advertiser to throw more support into local community programming or create incentives for broadcasters,

**Le sénateur Merchant:** Je ne peux pas cacher ma frustration. Je suis originaire de la Saskatchewan, marché très restreint, et j'estime que ce modèle axé sur les profits dont nous discutons ce matin ne sert pas très bien le public. Selon moi, les grandes sociétés médiatiques sont axées sur le profit à court terme et non pas sur la valeur à long terme. Elles tuent la programmation locale, qui coûte cher, et favorisent la programmation nationale, bon marché, même si cela va à l'encontre des intérêts locaux et des valeurs communautaires. Elles tuent les petites entreprises. Je crois que les petites entreprises ont parfois de bonnes idées et ne recherchent pas le profit. Elles n'ont pas à réaliser d'énormes profits ou à satisfaire leurs actionnaires. Les grandes sociétés desservent les intérêts des petites communautés et des petits radiodiffuseurs qui, eux, servent les intérêts de leurs propres communautés et en reflètent les valeurs. Que pensez-vous de cela?

**Mme Horan:** C'est une énigme. Dans une certaine mesure, il y a un besoin pour une programmation locale minimale telle que les informations locales, par exemple, et dans certains cas, surtout dans le cas des plus grands marchés, pour la production d'interviews-variétés de type magazine.

Vous avez dit que le modèle d'entreprise axée sur le profit ne sert pas très bien les intérêts communautaires. D'abord, c'est le modèle du marché libre, c'est-à-dire que des personnes investissent leur argent pour créer une entreprise et qu'ils veulent réaliser des profits plutôt que d'essayer des pertes. C'est un peu ce que vise la CBC: être moins axée sur le résultat. Le gouvernement la subventionne. Si on ne peut vivre avec le modèle d'entreprise axée sur le profit, il faut créer un modèle non axé sur le profit et c'est ce modèle communautaire qui ne justifie pas une programmation axée sur la rentabilité.

**Le sénateur Merchant:** En raison d'un resserrement des fonds, la CBC ne peut plus desservir certains marchés. On a des gens qui ne sont pas familiers avec certains domaines. Cela est impersonnel même à ce niveau.

**M. Casey:** Selon moi, les entreprises médiatiques locales ont le droit d'occuper ce créneau. Les radios locales devraient pouvoir intervenir dans ces domaines. Un des domaines où l'on investit des capitaux est celui de la publication dans des communautés où l'on publie un journal trois ou quatre fois par semaine. Il s'agit d'une publication axée sur la publicité. Ces entreprises croissent beaucoup plus rapidement que les quotidiens, mais on ne peut imposer une solution à un marché mal desservi en raison d'inefficacités structurelles. Les publicitaires n'ont tout simplement pas intérêt à financer une station de télévision locale dans certains marchés. Les médias locaux canadiens survivront et prospéreront en diffusant des histoires canadiennes que les Canadiens veulent entendre, que ce soit dans un journal, à la radio ou à la télévision. Je ne vois pas comment on peut réglementer cela.

**Mme Horan:** Dans une certaine mesure on peut créer des subventions ou encourager les investissements dans la programmation locale en donnant des crédits d'impôt au publicitaire qui soutient davantage la programmation



but at the end of the day, you are left with a profit model. You cannot effectively regulate that, but a government can potentially offer incentives.

**Senator Merchant:** We have a local newspaper in Regina, but it has about two pages in it. People say they buy it to see who has died.

**Senator Day:** You made the point that the community newspaper is a fast-growing segment. Have you done any analysis, or you aware of any analysis, as to whether the larger media companies are moving into that niche, or is it the small entrepreneurs?

**Ms. Horan:** Yes, they are. That is partly fuelling the growth. When it is small entrepreneurs it is very difficult for advertisers as a group to pour in a lot of support. The big players are Torstar, Transcontinental and Osprey. There are some other players like Black Press in BC. There is consolidation of that ownership, so if someone wants to blanket-cover Southern Ontario they call Torstar. If you want blanket coverage of the Atlantic provinces or Quebec you call Transcontinental. Osprey is increasingly a part of Ontario advertising. It makes it more efficient to transfer dollars into community newspapers.

**Senator LaPierre:** I find it disconcerting that we are told that private broadcasters do not receive subsidies. The Canadian people provide a large proportion of the funds that are expended on content in Canada by private broadcasters. Millions of dollars are provided for that. The broadcasters pay the lowest licence fees in the Western developed world for programs that they make. They do not spend the money for the sole reason that the CRTC tells them that they have to have so many hours. The CRTC should say to them that a margin of their profit should go into that and then we will resolve the problem.

**The Chairman:** Those are great theories, but they are not the field of expertise of our witnesses today.

**Mr. Casey:** What we do know is that other than news and sports, Canadian broadcasters lose money on Canadian programming because nobody watches it.

**The Chairman:** I wanted to go to Miss Horan's slide on page 6. That is advertising revenues. With the exception of specialty television, which is growing from a base of almost zero so the numbers would look high, it is not that great. To the best of your knowledge, is that revenue growth based on volume or rate?

**Ms. Horan:** It is a combination of both, and these are nominal dollars, not real. You will get rate increases. The rate increases on prime time television have been much higher than this, but rate pressures on daytime television have offset it. It is a little of both.

communautaire ou créer des incitatifs à l'intention des radiodiffuseurs, mais au bout du compte, on a toujours un modèle axé sur le profit. On ne peut réglementer ce marché de façon efficace, mais un gouvernement peut offrir des incitatifs.

**Le sénateur Merchant:** Nous avons un journal local à Regina, mais il a deux pages. Les gens l'achètent pour la nécrologie.

**Le sénateur Day:** Vous avez dit que la production de journaux communautaires est un segment à croissance rapide. Avez-vous effectué ou lu une analyse à l'effet que les grandes entreprises médiatiques s'installent dans ce créneau ou est-ce plutôt le fait de petits entrepreneurs?

**Mme Horan:** Oui, c'est le cas. Cela alimente partiellement la croissance. Lorsqu'il s'agit de petits entrepreneurs, il est très difficile pour les publicitaires en tant que groupe d'injecter des fonds importants. Les gros joueurs sont Torstar, Transcontinental et Osprey. Il y en d'autres comme Black Press, en Colombie-Britannique. On assiste à un regroupement de cette propriété, si bien que quelqu'un qui souhaite couvrir le sud de l'Ontario appelle Torstar. Pour couvrir les provinces de l'Atlantique ou le Québec, on appelle Transcontinental. Osprey est de plus en plus présent dans le paysage publicitaire ontarien. Cela rend plus efficace le transfert de dollars dans les journaux communautaires.

**Le sénateur LaPierre:** Je trouve déconcertant que l'on nous dise que les radiodiffuseurs privés ne reçoivent pas de subventions. Les Canadiens fournissent une grande partie des fonds consacrés au contenu par des radiodiffuseurs privés. On parle de millions de dollars. Les radiodiffuseurs paient les droits de licence les moins élevés dans le monde occidental pour les émissions qu'ils produisent. Ils ne dépensent pas l'argent pour la seule raison que le CRTC les oblige à avoir un nombre d'heures donné. Le CRTC devrait leur dire qu'une marge de leur profit devrait être consacrée à cela, et le problème serait réglé.

**La présidente:** Ce sont de belles théories, mais elles ne concernent pas le domaine d'expertise de nos témoins aujourd'hui.

**M. Casey:** Nous savons que les émissions à contenu canadien, à l'exception des informations et des sports, font perdre de l'argent aux radiodiffuseurs canadiens car elles ne sont regardées par personne.

**La présidente:** Je voudrais que nous jetions un coup d'œil à la diapositive de Mme Horan, à la page 6. Il y est question des revenus publicitaires. Sauf pour ce qui est de la télévision spécialisée, pour laquelle les chiffres semblent élevés car la croissance commence pour ainsi dire à zéro, il n'y a rien d'extraordinaire. Diriez-vous que cette croissance des revenus est basée sur le volume ou les taux?

**Mme Horan:** C'est une combinaison des deux, en dollars non indexés, non pas en dollars réels. On a des hausses de taux. Les hausses de taux visant la télévision aux heures de grande écoute sont beaucoup plus élevées que cela, mais elles sont

On television it would almost be rate because the amount of advertising is limited. With newspapers, you do get a growth in volume over time.

**Mr. Casey:** These businesses have been around for a number of years. They are mature and they still outpace average economic growth with a model that is not capital intensive. They are still attractive businesses.

**The Chairman:** We have heard conflicting testimony. We had the former publisher of the *Ottawa Citizen* tell us that local newspapers are profitable — and he was talking about newspapers like the *Ottawa Citizen* or *The Winnipeg Free Press* as distinct from the national papers.

We heard testimony from a professor that the newspaper business is not profitable, and I would like to know which it is. I have an abiding concern in connection with newspapers with the notion of circulation; that newspaper readership has declined over recent years and advertisers are trying to buy readers. At what point does this strategy not work any more — or is there a point at which it does not work any more — and the advertisers say, “Wait a minute, you are charging me too much for diminishing readership and I would do better to buy more advertising on the specialty channels”? Is this a problem you foresee in the future?

**Mr. Casey:** I agree with the businessperson rather than the academic. The evidence is clear. An urban broadsheet, which is what you are talking about, has one market competitor — usually an urban tabloid — and they attract different readers and different advertisers. Those businesses are extremely profitable if run correctly.

**The Chairman:** What is “extremely profitable,” is it working numbers?

**Ms. Horan:** A big city paper will have margins in excess of 20 per cent in a decent year.

**Mr. Casey:** That is 20 per cent on maybe tens or hundreds of millions of dollars worth of revenue, and again, with little capital required to go back into it for printing press.

**The Chairman:** Upwards of 20 per cent EBITDA?

**Ms. Horan:** Yes, *The Toronto Star* has a lot of infrastructure; they are creating content. As you spend less on content and get more from news feeds, your profit can go up and 30 per cent margins are reasonable for smaller local papers.

**Mr. Casey:** You do run the risk of disenfranchising your core readers if you pursue that strategy too aggressively.

**Ms. Horan:** There is a balance. Given how competitive the Toronto market is, a lot of investment goes into *The Toronto Star* and it would be tough to get those margins up to those in other markets, where a newspaper is operating with much less

contrebalancées par les pressions qui s'exercent sur les émissions présentées le jour. C'est une combinaison des deux. Pour la télévision, on parle de taux étant donné que la quantité de publicité est limitée. Pour les journaux, on a une croissance du volume au fil du temps.

**M. Casey:** Ces entreprises existent depuis pas mal d'années. Elles sont bien établies et elles dépassent encore la croissance économique moyenne avec un modèle qui n'est pas capitalistique. Ce sont des entreprises encore attrayantes.

**Le président:** Nous avons entendu des témoignages contradictoires. L'ancien éditeur du *Ottawa Citizen* nous a dit que les journaux locaux sont rentables — et il parlait de journaux comme le *Ottawa Citizen* ou le *Winnipeg Free Press* par opposition à des journaux nationaux.

Un professeur nous a dit par contre que l'industrie de la presse n'était pas rentable et je voudrais savoir ce qu'il en est. J'ai une préoccupation constante relativement aux journaux en ce qui concerne la notion de diffusion, le fait que le nombre d'électeurs a diminué au cours des dernières années et les annonceurs essaient de convaincre des électeurs. À quel moment cette stratégie ne fonctionne-t-elle plus — ou y a-t-il un moment où cela se produit — et les annonceurs disent qu'on leur fait payer trop cher alors que le nombre de lecteurs diminue et il serait préférable pour eux d'acheter plus de publicité sur des chaînes spécialisées? Est-ce là un problème que vous prévoyez à l'avenir?

**M. Casey:** Je suis d'accord avec le chef d'entreprise plutôt qu'avec l'universitaire. Les preuves sont là. Un journal urbain grand format, ce dont nous parlons en l'occurrence, a un concurrent sur le marché — généralement un journal de petit format — et ces deux journaux attirent des lecteurs différents et des annonceurs différents. Ces entreprises sont extrêmement rentables si elles sont bien administrées.

**Le président:** Qu'entendez-vous par «extrêmement rentables»?

**Mme Horan:** Un journal de grande ville aura une marge bénéficiaire de plus de 20 p. 100 durant une année moyenne.

**M. Casey:** Cela représente 20 p. 100 de dizaines ou de centaines de millions de dollars de revenus peut-être et là encore, l'entreprise n'a pas besoin de réinvestir beaucoup d'argent dans l'impression de son journal.

**Le président:** Est-il question d'un excédent brut d'exploitation de plus de 20 p. 100?

**Mme Horan:** Oui, le *Toronto Star* a une énorme infrastructure; il crée du contenu. Lorsque vous dépensez moins pour le contenu et faites davantage appel aux sources de nouvelles, vos profits peuvent augmenter et des marges de 30 p. 100 sont raisonnables pour les petits journaux locaux.

**M. Casey:** Vous risquez de vous couper de vos lecteurs fidèles si vous poursuivez cette stratégie avec trop de vigueur.

**Mme Horan:** Il y a un équilibre. Étant donné la concurrence qu'on retrouve sur le marché torontois, beaucoup d'investissements sont faits dans le *Toronto Star* et il serait difficile de porter ces marges au niveau de celles qu'on retrouve



competition. Community newspapers — not all of them — can get margins in excess of 40 per cent. I find it hard to believe that someone would say that newspapers in general are not a profitable business.

**Mr. Casey:** I am sure there are specific ones that are losing money, like in any sector, but the evidence is clear that this is a profitable business.

**Ms. Horan:** Certain newspapers got themselves into difficulties by allowing their costs to run up significantly. PacPress in Vancouver, which owns *The Vancouver Sun* and *The Province*, is a clear example of that. They did not recognize the competition that they were facing and allowed their costs to run up. You wonder how they could lose money with a monopoly of two papers in a city. Their costs got away from them, and so did their readership.

With regard to mass audiences, definitely advertisers are paying more for less. It is not just in newspapers, but also television. The point has been made repeatedly that conventional television, which used to be 80 per cent-plus of viewing, is now below 50 per cent, yet they still attract a significant portion of ad dollars. You make the point, will not advertisers at some point go to the less expensive media, and to some extent that is happening. There is a corrective force. There are good reasons why you pay a premium to reach a mass audience. If you are launching a campaign and you want to do it with a bang, you need a mass audience. I will use television as an example. You can reach a million people with one ad or 100,000 people each with ten ads, but there are a few things you have to keep in mind. First, your 10 ads may not be reaching a unique audience of 100,000 each time. You may reach one person 10 times. You may have annoyed that person by the end of the campaign because you have not controlled the frequency. In addition, it takes a lot longer for those 10 ads to come out. In any promotion that is time sensitive, like a launch, a political campaign or a sale, it is not efficient to do it that way.

**The Chairman:** Even though the mass audience is diminishing, it is still the biggest thing out there so that is what you end up buying?

**Mr. Casey:** When you are you trying to analyze how sustainable the newspaper business is, my view would be that you presume it will be around for a long time.

**The Chairman:** Thank you. It has been fascinating.

The committee adjourned.

sur d'autres marchés, où un journal fait face à beaucoup moins de concurrence. Les journaux communautaires — pas tous — peuvent obtenir des marges de plus de 40 p. 100. Je trouve difficile à croire qu'une personne puisse affirmer que les journaux en général ne sont pas rentables.

**M. Casey:** Je suis sûr qu'il y en a qui perdent de l'argent, comme dans tout autre secteur, mais il est clair qu'il s'agit d'une industrie rentable.

**Mme Horan:** Certains journaux se sont placés dans une situation difficile en laissant leurs coûts augmenter de façon très marquée. PacPress, à Vancouver, qui possède le *Vancouver Sun* et le *Province*, est un exemple clair de cela. Les intéressés n'ont pas tenu compte de la concurrence à laquelle ils étaient confrontés et ils ont laissé leurs coûts monter. On peut se demander comment ils ont pu perdre de l'argent avec le monopole que leur confèrent leurs deux journaux dans une ville. Ils n'ont pas su contrôler leurs coûts et leur nombre de lecteurs a diminué.

En ce qui concerne l'auditoire de masse, les annonceurs paient bel et bien plus pour moins. Ce n'est pas simplement dans le secteur des journaux, mais également dans le monde de la télévision. On a signalé à de multiples reprises que la télévision conventionnelle, qui a déjà été regardée par plus de 80 p. 100 des gens, se situe maintenant en dessous des 50 p. 100, mais elle continue d'attirer une partie importante des sommes consacrées à la publicité. Vous vous demandez si les annonceurs ne vont pas à un moment donné se tourner vers les médias moins coûteux et dans une certaine mesure, cela se produit. Il y a une correction sur le marché. Il y a de bonnes raisons pour lesquelles les annonceurs paient davantage pour rejoindre un auditoire de masse. Si vous lancez une campagne et que vous voulez qu'elle ait un impact, vous avez besoin d'un auditoire de masse. Je vais utiliser la télévision comme exemple. Vous pouvez rejoindre un million de personnes avec une annonce ou 100 000 personnes chaque fois avec dix annonces, mais il y a certaines choses que vous devez garder à l'esprit. Tout d'abord, vos dix annonces ne pourraient bien rejoindre qu'un auditoire unique de 100 000 personnes chaque fois. Vous pouvez rejoindre une personne dix fois. Vous avez peut-être agacé cette personne à la fin de la campagne parce que vous n'avez pas contrôlé la fréquence. De plus, il faut un peu plus de temps pour que ces dix annonces sortent. Dans le cadre de toute promotion où le facteur temps est important, comme un lancement, une campagne politique ou une vente, il n'est pas efficace de procéder de cette façon.

**Le président:** Même si l'auditoire de masse diminue, c'est encore la chose la plus importante sur le marché et c'est ce que vous achetez en fin de compte?

**M. Casey:** Lorsqu'on essaie d'analyser la viabilité de l'industrie de la presse selon moi, on peut supposer qu'elle survivra encore longtemps.

**Le président:** Merci. Cela a été fascinant.

La séance est levée.







*If undelivered, return COVER ONLY to:*  
Communication Canada – Publishing  
Ottawa, Ontario K1A 0S9

*En cas de non-livraison,*  
*retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:*  
Communication Canada – Édition  
Ottawa (Ontario) K1A 0S9

#### WITNESSES

**Tuesday, June 10, 2003:**

*As an Individual:*

Mr. Kirk LaPointe.

**Thursday, June 12, 2003:**

*As Individuals:*

Mr. Tim Casey, Managing Director, Media and Entertainment,  
BMO Nesbitt Burns;

Ms. Andrea Horan, Communications and Media Analyst,  
Westwind Partners.

#### TÉMOINS

**Le mardi 10 juin 2003:**

*À titre personnel:*

M. Kirk LaPointe.

**Le jeudi 12 juin 2003:**

*À titre personnel:*

M. Tim Casey, directeur général, Médias et divertissement, BMO  
Nesbitt Burns;

Mme Andrea Horan, analyste des communications et des médias,  
Westwind Partners.

1  
19  
83

Library  
Publication



Second Session  
Thirty-seventh Parliament, 2002-03

## SENATE OF CANADA

---

*Proceedings of the Standing  
Senate Committee on*

# Transport and Communications

*Chair:*  
The Honourable JOAN FRASER

---

Tuesday, June 17, 2003  
Thursday, June 19, 2003

---

Issue No. 12

**Thirteenth and fourteenth meetings on:**  
The current state of Canadian media industries

---

WITNESSES:  
(See back cover)

Deuxième session de la  
trente-septième législature, 2002-2003

## SÉNAT DU CANADA

---

*Délibérations du Comité  
sénatorial permanent des*

# Transports et des communications

*Présidente:*  
L'honorable JOAN FRASER

---

Le mardi 17 juin 2003  
Le jeudi 19 juin 2003

---

Fascicule n°12

**Treizième et quatorzième réunions concernant:**  
L'état actuel des industries de médias canadiennes

---

TÉMOINS:  
(Voir à l'endos)





THE STANDING SENATE COMMITTEE ON  
TRANSPORT AND COMMUNICATIONS

The Honourable Joan Fraser, *Chair*

The Honourable Leonard J. Gustafson, *Deputy Chair*  
and

The Honourable Senators:

Adams	* Lynch-Staunton
* Carstairs, P.C.	(or Kinsella)
(or Robichaud, P.C.)	Merchant
Corbin	Oliver
Day	Phalen
Eyton	Ringuette
Graham, P.C.	Spivak

*\*Ex Officio Members*

(Quorum 4)

LE COMITÉ SÉNATORIAL PERMANENT DES  
TRANSPORTS ET DES COMMUNICATIONS

*Présidente:* L'honorable Joan Fraser

*Vice-président:* L'honorable Leonard J. Gustafson  
et

Les honorables sénateurs:

Adams	* Lynch-Staunton
* Carstairs, c.p.	(ou Kinsella)
(ou Robichaud, c.p.)	Merchant
Corbin	Oliver
Day	Phalen
Eyton	Ringuette
Graham, c.p.	Spivak

*\*Membres d'office*

(Quorum 4)

**MINUTES OF PROCEEDINGS**

OTTAWA, Tuesday, June 17, 2003  
(26)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 9:32 a.m., in Room 257, East Block, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

*Members of the committee present:* The Honourable Senators Adams, Corbin, Fraser, Graham, P.C., Gustafson, Lynch-Staunton, Phalen, and Spivak (8).

*Other senator present:* The Honourable Senator Carney, P.C. (1).

*In attendance:* Terrence Thomas and Joseph Dion, Research Officers, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament.

*Also in attendance:* The official reporters of the Senate.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Wednesday, March 19, 2003, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (*For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 6, dated March 20, 2003.*)

**WITNESSES:**

*From the Canadian Newspaper Association:*

Ms. Anne Kothawala, President and Chief Executive Officer.

*As an individual:*

Mr. Peter Kohl.

Ms. Kothawala made a statement and answered questions.

Mr. Kohl made a statement and answered questions.

At 11:47 a.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

**ATTEST:**

---

OTTAWA, Thursday, June 19, 2003  
(27)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 10:48 a.m., in Room 257, East Block, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

*Members of the committee present:* The Honourable Senators Corbin, Fraser, Graham, P.C., Gustafson, Phalen, Ringuette, and Spivak (7).

*Other senator present:* The Honourable Senator Carney, P.C. (1).

*In attendance:* Terrence Thomas, Research Officer, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament.

**PROCÈS-VERBAUX**

OTTAWA, le mardi 17 juin 2003  
(26)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 9 h 32, dans la pièce 257 de l'édifice de l'Est, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

*Membres du comité présents:* Les honorables sénateurs Adams, Corbin, Fraser, Graham, c.p., Gustafson, Lynch-Staunton, Phalen et Spivak (8).

*Autre sénateur présent:* L'honorable sénateur Carney, c.p. (1).

*Également présents:* Terrence Thomas et Joseph Dion, attachés de recherche, Direction de la recherche parlementaire, Bibliothèque du Parlement.

*Aussi présents:* Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mercredi 19 mars 2003, le comité poursuit son examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*Le texte intégral de l'ordre de renvoi se trouve dans le fascicule n° 6 des délibérations du comité du 20 mars 2003.*)

**TÉMOINS:**

*De l'Association canadienne des journaux:*

Mme Anne Kothawala, présidente-directrice générale.

*À titre personnel:*

M. Peter Kohl.

Mme Kothawala fait un exposé puis répond aux questions.

M. Kohl fait un exposé puis répond aux questions.

À 11 h 47, il est convenu que le comité suspende ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

**ATTESTÉ:**

---

OTTAWA, le jeudi 19 juin 2003  
(27)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 10 h 48, dans la pièce 257 de l'édifice de l'Est, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

*Membres du comité présents:* Les honorables sénateurs Corbin, Fraser, Graham, c.p., Gustafson, Phalen, Ringuette et Spivak (7).

*Autre sénateur présent:* L'honorable sénateur Carney, c.p. (1).

*Également présent:* Terrence Thomas, attaché de recherche, Direction de la recherche parlementaire, Bibliothèque du Parlement.



*Also in attendance:* The official reporters of the Senate.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Wednesday, March 19, 2003, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 6, dated March 20, 2003.)

**WITNESSES:**

*As individuals:*

Mr. Clark Davey, former newspaper publisher;

Mr. Hamilton Southam, former Director of Southam Inc.;

Mr. Wilson Southam, former Director of Southam Inc. and Southam Newspapers;

Mr. James Travers.

Messrs. Southam, Southam, and Davey made statements and answered questions.

Mr. Travers made a statement and answered questions.

At 1:29 p.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

**ATTEST:**

*Aussi présents:* Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mercredi 19 mars 2003, le comité poursuit son examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*Le texte intégral de l'ordre de renvoi se trouve dans le fascicule n° 6 des délibérations du comité du 20 mars 2003.*)

**TÉMOINS:**

*À titre personnel:*

M. Clark Davey, ancien éditeur de journaux;

M. Hamilton Southam, ancien directeur de Southam Inc.;

M. Wilson Southam, ancien directeur de Southam Inc. et de Southam Newspapers;

M. James Travers.

MM. Southam, Southam et Davey font des exposés puis répondent aux questions.

M. Travers fait un exposé puis répond aux questions.

À 13 h 29, il est convenu que le comité suspende ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

**ATTESTÉ:**

*Le greffier du comité,*

Till Heyde

*Clerk of the Committee*

**EVIDENCE**

OTTAWA, Tuesday, June 17, 2003

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 9:32 a.m. to examine the current state of Canadian media industries; emerging trends and developments in these industries; the media's role, rights and responsibilities in Canadian society; and current and appropriate future policies relating thereto.

**Senator Joan Fraser** (*Chairman*) in the chair.

[*Translation*]

**The Chairman:** I would like to welcome the honourable senators, members of the public, our witness and our viewers.

[*English*]

This is a meeting of the Standing Senate Committee on Transport and Communications that is examining the state of the Canadian news media. We are examining the appropriate role of public policy in helping to ensure that the Canadian news media remain healthy, independent and diverse, particularly in light of the tremendous changes that have occurred in recent years such as globalization, technological change, convergence and increased concentration of ownership.

Today, we welcome Ms. Anne Kothawala who has been serving as president and chief executive officer of the Canadian Newspaper Association since 1999. The CNA represents English- and French-language daily newspapers with circulations ranging from 3,500 to more than 500,000 copies per day.

Welcome to the committee, Ms. Kothawala. I believe you understand our drill. Normally, we ask for an opening statement of 10 to 15 minutes. Then we go to questions and comments.

Please proceed.

**Ms. Anne Kothawala, President and Chief Executive Officer, Canadian Newspaper Association:** Thank you for the opportunity to appear before you to talk about some of these important issues. You will note that I am not joined by any of my members today. We thought it was appropriate that members may choose to appear before you as individual companies. I understand that you may well be inviting them to appear before you as the process moves forward.

As the chairman mentioned, CNA is a not-for-profit association. We represent 82 English and French newspapers, both large and small, across this country. Our objective is to combine the experience, expertise and dedication of our members

**TÉMOIGNAGES**

OTTAWA, le mardi 17 juin 2003

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 9 h 32 pour faire l'étude de l'état actuel des industries de médias canadiennes; les tendances et les développements émergents au sein de ces industries; le rôle, les droits, et les obligations des médias dans la société canadienne; et les politiques actuelles et futures appropriées par rapport à ces industries.

**Le sénateur Joan Fraser** (*présidente*) occupe le fauteuil.

[*Traduction*]

**La présidente:** Je souhaite la bienvenue à tous les honorables sénateurs, aux membres du public, à notre témoin ainsi qu'aux téléspectateurs.

[*Traduction*]

Je déclare ouverte cette séance du Comité sénatorial permanent des transports et des communications, qui étudie l'état actuel des industries de médias canadiennes. Nous examinons quel rôle doivent jouer les pouvoirs publics pour aider à faire en sorte que les médias d'information du Canada demeurent robustes, indépendants et diversifiés, surtout à la lumière des changements extraordinaires qui ont eu lieu ces dernières années, notamment la mondialisation, l'évolution technologique, la convergence et la concentration accrue de la propriété.

Nous accueillons aujourd'hui Mme Anne Kothawala, qui est présidente-directrice générale de l'Association canadienne des journaux depuis 1999. L'Association représente les quotidiens de langues anglaise et française ayant un tirage variant entre 3 500 jusqu'à plus de 500 000 exemplaires par jour.

Je vous souhaite la bienvenue au comité, madame Kothawala. Je pense que vous connaissez notre façon de procéder. Normalement, nous demandons aux témoins de faire une déclaration de 10 à 15 minutes. Nous passons ensuite à la période des questions et observations.

Vous avez la parole.

**Mme Anne Kothawala, présidente-directrice générale, Association canadienne des journaux:** Je vous remercie de me donner l'occasion de comparaître devant vous pour discuter de ces questions importantes. Vous remarquerez que je ne suis pas accompagnée aujourd'hui par des représentants des journaux membres de l'Association. Nous avons jugé préférable que chacun d'eux décide de témoigner de son propre chef à titre de représentants des compagnies qui les emploient. Je crois comprendre que vous les inviterez peut-être à comparaître alors que vous poursuivez vos délibérations.

Comme la présidente l'a dit, l'Association canadienne des journaux est une organisation à but non lucratif. Nous représentons 82 journaux de langues anglaise et française, grands et petits, aux quatre coins du pays. Notre objectif est de



to ensure the continuance of a free press able to serve its readers effectively.

The mandate of this committee is to identify public policies that will help to ensure that Canadian news media remain healthy, independent and diverse.

The CNA supports this objective. The CNA also agrees that the objective should be to ensure that it remains that way. The Canadian newspaper industry is generally healthy, independent and diverse as it is.

We have included some charts for your review, which I believe have been distributed. They clearly demonstrate that the newspaper industry in Canada is more diverse and less concentrated than it was 10 years ago. In 1994, there were 10 major owners. In 2003, there are 15 major owners. In any event, concentration of ownership issues with respect to the written press do not represent a true concern in a market where consumers now have access to multiple and varied sources of information.

One part of your committee's mandate is to examine the media's responsibilities in Canadian society. Newspapers take their duty in keeping Canadians informed and connected very seriously and with the utmost responsibility and care. Canada's newspapers do not need to have the federal cultural objectives posted on their bulletin boards to be guided on delivering content that is both richly Canadian in general and community-oriented in particular.

Canada's publishers, editors and journalists take great care in ensuring that rigour, factual exactness, avoidance of conflicts of interest, independence of journalist and the public's right to information remain priorities. This country's 102 dailies provide richly Canadian content as a matter of course in large and small communities from coast to coast — from Whitehorse in the Yukon, to St. John's in Newfoundland — in English and in French and to more than 5 million readers every day.

Canada's publishers, editors and journalists, as well as the advertising, marketing and circulation editors and anyone else who works for a daily newspaper, have a duty to understand their community's heritage and unique needs. Otherwise, they cease to be relevant to their readers and their advertisers.

Thousands of readers every day engage their newspapers and their fellow readers in vigorous, interactive debate through letters to the editors, feedback on their Web sites and through community forums and simple conversation.

Daily newspapers are this country's primary and credible sounding board and collective memory more than any other medium in the past, present and the foreseeable future. Indeed, it

conjuguer l'expérience, l'expertise et le dévouement de nos membres pour assurer la continuation d'une presse libre capable de servir efficacement ses lecteurs.

Le mandat de votre comité est d'identifier les politiques des pouvoirs publics susceptibles d'aider à faire en sorte que les médias d'information canadiens demeurent robustes, indépendants et diversifiés.

L'Association appuie cet objectif. L'Association reconnaît également que l'objectif doit être de veiller à ce que la presse canadienne demeure telle qu'elle est. Les journaux canadiens sont, de façon générale, vigoureux, indépendants et diversifiés.

Nous avons inclus dans notre mémoire des graphiques, à titre d'information, et je crois qu'on vous les a remis. Ces documents démontrent clairement que l'industrie canadienne des journaux est plus diversifiée et moins concentrée qu'elle ne l'était il y a 10 ans. En 1994, il y avait 10 grands propriétaires. En 2003, il y en a 15. Quoi qu'il en soit, la concentration de la propriété dans le secteur de la presse écrite ne représente pas vraiment une source d'inquiétude dans un marché où les consommateurs ont maintenant accès à des sources d'information multiples et variées.

Un élément du mandat de votre comité est d'examiner les responsabilités des médias dans la société canadienne. Les journaux prennent très au sérieux leur devoir de garder les Canadiens bien informés et branchés et nous assumons cette responsabilité avec le plus grand soin. Les journaux canadiens n'ont pas besoin d'afficher sur leurs babillards les objectifs culturels des autorités fédérales pour offrir à leurs lecteurs un produit qui est à la fois riche en contenu canadien de manière générale et riche en contenu local.

Les éditeurs, rédacteurs et journalistes du Canada veillent avec le plus grand soin à ce que la rigueur, l'exactitude factuelle, l'évitement des conflits d'intérêt, l'indépendance des journalistes et le droit du public d'être bien informé demeurent prioritaires. Les 102 quotidiens de notre pays offrent un produit riche en contenu canadien dans les grandes et les petites villes d'un océan à l'autre, depuis Whitehorse au Yukon jusqu'à Saint-Jean à Terre-Neuve, en anglais et en français, et à plus de 5 millions de lecteurs tous les jours.

Les éditeurs, rédacteurs et journalistes du Canada, ainsi que les directeurs de la rédaction publicitaire, de la diffusion et des abonnements, et quiconque travaille pour un quotidien, ont le devoir de bien comprendre le patrimoine et les besoins particuliers de leur collectivité. Autrement, ils cessent d'être pertinents pour leurs lecteurs et leurs annonceurs.

Chaque jour, des milliers de lecteurs participent à un débat vigoureux et interactif avec leurs journaux et leurs concitoyens en envoyant des lettres à la rédaction, en faisant connaître leurs réactions sur les sites Web, dans le cadre de forums communautaires, et dans leurs conversations courantes.

Les quotidiens sont la caisse de résonance primordiale et crédible et la mémoire collective de notre pays plus qu'aucun autre médium dans le passé, le présent et dans un avenir

can be argued that daily newspapers set the agenda for daily public discourse and can be effective instruments of social change.

If there is a concern for our industry, it is that circulation and readership are declining, particularly as a proportion of the population. The audience is also fragmenting, just as it is for television. A significant portion of newspaper readers today are occasional readers who may not have read the paper yesterday and will not read it tomorrow. Newspaper readers are also well aware of the alternatives available to them, including television and the Internet.

Younger readers, in particular, are in short supply. The first task of any newspaper is to survive and to survive, it must adapt.

Over the past 30 years, the playing field has changed dramatically. Changes in technology, coupled with the explosion of information sources, are phenomena that place the debate in a whole new light. If newspapers are to maintain long-term viability, public policy must allow newspapers room to adapt their business models to changing circumstances, including in potentially dramatic ways. Public policy must not lock them into any one business model from a romanticized past.

No one knows what model will work best for newspapers 10 years from now, let alone 20 years from now. Some owners are effectively placing large bets that the future for successful newspapers will necessarily involve a significant degree of integration and convergence with other media. Other owners have a different view. It is essential that different business models be allowed to emerge, grow, and flourish or fade away, as they will.

Newspapers are businesses. Most of our members are owned by public corporations with significant obligations to shareholders and investors to operate on a sound commercial basis.

The Senate should be cautious not to be perceived as requiring newspapers to organize themselves on the basis of any particular structure that they, and some media critics and observers, might prefer. The ability of a newspaper to survive and provide quality editorial content is based on advertising revenues. This is a business reality. However, in times of war, as we have just witnessed, newspapers invest extra resources by putting journalists on the ground to provide Canadians with news from the frontlines.

Newspapers take their mission to keep Canadians informed very seriously. This commitment did not waver, even in the face of declining advertising revenues.

prévisible. En fait, on peut même soutenir que les quotidiens fixent les paramètres du discours public au jour le jour et peuvent être des instruments efficaces de progrès social.

S'il y a une préoccupation dans notre secteur, c'est que la diffusion et le nombre des lecteurs accusent une baisse, surtout en proportion de la population. Il y a aussi fragmentation de l'audience, tout comme dans le cas de la télévision. Une fraction importante des lecteurs de journaux sont aujourd'hui des lecteurs occasionnels qui n'ont pas nécessairement lu le journal d'hier et ne le liront pas demain non plus. Les lecteurs de journaux sont aussi très conscients des solutions de rechange qui leur sont offertes, notamment la télévision et l'Internet.

Les jeunes lecteurs sont particulièrement peu nombreux. La première tâche de tout journal est de survivre; or pour survivre, il doit d'adapter.

Depuis 30 ans, la situation a changé considérablement. L'évolution de la technologie, conjuguée à l'explosion des sources d'information, sont des phénomènes qui éclairent le débat d'un tout nouveau jour. Pour que les journaux puissent demeurer viables à long terme, la politique des pouvoirs publics doit permettre aux salles de rédaction de s'adapter aux circonstances changeantes en adoptant de nouveaux modèles d'entreprise, et ces changements peuvent parfois être spectaculaires. La politique du secteur public ne doit pas les enfermer dans un modèle fonctionnel particulier inspiré d'un passé teinté de nostalgie.

Personne ne sait quel modèle servira le mieux les journaux dans 10 ans, a fortiori dans 20 ans. Certains propriétaires font effectivement un pari audacieux sur l'avenir, estimant que pour connaître le succès, les journaux de l'avenir devront nécessairement accepter une intégration et une convergence assez poussées avec d'autres médias. D'autres propriétaires sont d'un avis différent. Il est essentiel que l'on permette l'émergence, l'essor ou la disparition graduelle de divers modèles d'entreprise.

Les journaux sont des entreprises. La plupart de nos membres appartiennent à des sociétés publiques qui ont des obligations importantes envers leurs actionnaires et leurs investisseurs et doivent assurer leur rentabilité commerciale.

Le Sénat doit faire attention de ne pas donner l'impression qu'il oblige les journaux à s'organiser conformément à une structure particulière quelconque que les sénateurs, et certains critiques et observateurs des médias, pourraient juger préférable. La capacité d'un journal de survivre et d'offrir un contenu rédactionnel de qualité dépend de ses recettes publicitaires. En fait, c'est une entreprise commerciale. Cependant, en temps de guerre, comme nous venons d'en être témoins, les journaux investissent des ressources supplémentaires en envoyant des journalistes sur le champ de bataille pour offrir aux Canadiens des nouvelles venant directement du front.

Les journaux prennent très au sérieux leur mission d'informer les Canadiens. Ils n'ont jamais dérogé de cet engagement, en dépit de la baisse des recettes publicitaires.



Public policy, as expressed through the Charter of Rights and Freedoms, protects the right of the owner or publisher of any newspaper, large or small, to be the ultimate arbiter of the content of the newspaper. This is as it should be.

Various Canadian newspapers were founded to project a specific point of view or adhere to a set of principles. *Le Devoir* was created to protect the interests of a strong Quebec society. *The Toronto Star* continues to be guided by the social values laid down by Joseph Atkinson. The right of any owner or publisher to influence content should be celebrated as a strength of Canadian law and policy, not a weakness. Any attempt to deny that right to an owner or publisher would be resisted firmly and, in our view, rightly under the Charter of Rights.

The director of investigation and research under the Competition Act takes the position that having newspapers in different communities across Canada under common ownership does not, by itself, raise concerns under the Competition Act. We believe the director is right in this. In any event, I note that the current trend in Canada is towards less concentration of ownership in the newspaper industry, and not more.

By way of example, in the province of Quebec, there are 7 conventional TV channels, 21 specialty channels, 177 radio stations, 13 daily newspapers, 274 weeklies, 121 student newspapers and 530 periodicals and other publications. There are also many other sources available through the Internet. That represents a significant amount of choice.

Current levels of concentration of ownership simply do not represent a problem for public policy. The previous findings of the Senate in this regard, dating back to 1971, said that there is no correlation between chain ownership and editorial performance. This remains valid today.

There is no correlation between ownership structure and editorial quality. For example, the most recent national newspaper awards saw winners from converged and non-converged newspapers, from large and small English and French, from Vancouver to St. John's. Eleven out of the 20 awards went to newspapers that are part of multimedia companies. Award-winning, high-calibre journalism is happening throughout this country.

It is really all about common sense rather than ownership structure. Choice enables the reader to turn their back on a media organization that fails to respect their needs.

As to cross-ownership of broadcasters and newspaper publishers, on June 2, the FCC implemented a rule change that significantly weakens cross-ownership restrictions in the

La politique des pouvoirs publics, exprimée par l'entremise de la Charte des droits et libertés, protège le droit du propriétaire ou du rédacteur en chef de tout journal, grand ou petit, d'être l'arbitre ultime du contenu du journal. Cet état de fait est légitime et doit être maintenu.

Divers journaux canadiens ont été fondés pour diffuser un point de vue précis ou adhérer à certains principes déterminés. *Le Devoir* a été créé pour protéger les intérêts d'une société québécoise forte. *Le Toronto Star* continue d'être guidé par les valeurs sociales formulées par Joseph Atkinson. Le droit de tout propriétaire ou rédacteur en chef d'influencer le contenu du journal doit être considéré comme un atout précieux du droit et de la politique du Canada, et non pas comme une faiblesse. Toute tentative de refuser l'exercice de ce droit à un propriétaire ou un rédacteur en chef ferait l'objet d'une résistance acharnée et, à notre avis, cette résistance serait justifiée en vertu de la Charte des droits.

Le directeur des enquêtes et recherche en application de la Loi sur la concurrence est d'avis que le fait que des journaux appartiennent au même propriétaire dans différentes collectivités du Canada ne soulève pas, en soi, la moindre préoccupation au regard de la Loi sur la concurrence. Nous sommes d'avis que le directeur a raison sur ce point. Quoi qu'il en soit, je fais observer que la tendance actuelle au Canada s'oriente vers une concentration moins poussée de la propriété dans le secteur des journaux, et non le contraire.

À titre d'exemple, dans la province de Québec, il y a sept chaînes de télévision traditionnelles, 21 chaînes spécialisées, 177 stations de radio, 13 quotidiens, 274 hebdomadaires, 121 journaux étudiants et 530 périodiques et autres publications. Il y a aussi beaucoup d'autres sources d'information disponibles sur Internet. Cela représente un éventail de choix considérable.

Le niveau actuel de concentration de la propriété ne pose tout simplement aucun problème pour la politique du secteur public. Dans ses travaux antérieurs, qui remontent à 1971, le Sénat avait constaté qu'il n'y avait aucune corrélation entre la propriété de chaînes de journaux et le contenu rédactionnel. Cette constatation demeure valable aujourd'hui.

Il n'y a aucune corrélation entre le régime de propriété et la qualité rédactionnelle. Par exemple, lors de la dernière remise des prix journalistiques nationaux, on trouvait parmi les gagnants des journaux fonctionnant dans un cadre de convergence et d'autres pas, des journaux de grande et de petite taille, en langue anglaise et française, de Vancouver à St. John's. Onze des vingt prix sont allés à des journaux qui font partie de compagnies multimédia. On trouve du journalisme de haut calibre qui remporte des prix aux quatre coins du pays.

C'est vraiment une question de simple bon sens qui n'a rien à voir avec le régime de propriété. Le choix permet aux lecteurs de tourner le dos à une organisation médiatique qui ne parvient pas à respecter leurs besoins.

Quant à la propriété croisée des radiodiffuseurs et des éditeurs de journaux, le 2 juin, la FCC a mis en vigueur un nouveau règlement qui assouplit considérablement les restrictions à la

United States. A large part of the rationale for this change in public policy is based on solid research that demonstrates that cross-owned properties better serve the public interest.

As there are about 40 markets in the U.S. that are grandfathered, research by the Project for Excellence in Journalism, affiliated with the Columbia University Graduate School of Journalism, demonstrated that newspaper-owned television stations had better public affairs and local news coverage.

The U.S. is not alone in lifting restrictions on cross-ownership. Both the U.K. and Australia are moving in similar directions.

There are many examples of non-converged television stations dropping local news coverage as a cost-cutting measure. The economies of scale that are achieved with the newspaper's expertise in covering local news, benefits the public interest. One of our members has 10 new hours of public affairs programming using the talent of the journalists on the print side.

In Canada, the CRTC has the ability to respond to situations of cross-ownership through the licence-renewal process and by other means. The CRTC has, in certain instances, imposed requirements, ensuring that television newsrooms and print news rooms under common ownership be separately managed.

We make reference to this not to support or oppose the commission's decision in this area, but simply to note that there is an effective public-policy instrument already in place, which can be, and has been, invoked when broadcast and print publications come under common ownership.

For the Canadian government to now reconsider allowing cross-ownership would be to go in the opposite direction of most countries in the industrialized world. That is not to say that all free and democratic societies allow for cross-ownership, but if they do not, they usually permit foreign ownership.

CNA will not argue that one is better than the other, but it is true that a complete ban on cross- or foreign ownership will necessarily lead to an increased degree of newspaper concentration.

The economic barriers to entry are already great enough without adding government-imposed ones. The reality is that questions of fairness and diversity have more to do with the corporate culture of the ownership than with the corporate structure of the ownership. The debate around the newspaper publishing sector in Canada has always been couched as a structural one, but the real issue was the personalities of the owners. In the mid-1990s, the issue was about the concentration

propriété croisée aux États-Unis. Ce changement dans la politique des pouvoirs publics est fondé essentiellement sur une solide recherche démontrant que la propriété croisée sert mieux l'intérêt public.

Comme il y a aux États-Unis environ 40 marchés qui font l'objet de clauses de droit acquis, les travaux de recherche menés dans le cadre du projet d'excellence en journalisme, affilié à l'école supérieure de journalisme de l'Université Columbia a démontré que les stations de télévision appartenant à des journaux avaient de meilleures émissions d'affaires publiques et une meilleure couverture de l'actualité locale.

Les États-Unis ne sont pas les seuls à assouplir les restrictions en matière de propriété croisée. Le Royaume-Uni et l'Australie prennent une orientation similaire.

Il y a beaucoup d'exemples de stations de télévision qui ne fonctionnent pas dans le cadre de la convergence et qui laissent tomber les bulletins d'actualités locales par souci d'austérité. Les économies d'échelle réalisées grâce à l'expertise des journaux pour la couverture de l'actualité locale servent au mieux l'intérêt public. L'un de nos membres a dix nouvelles heures d'émissions d'affaires publiques faisant appel aux talents des journalistes de la presse écrite.

Au Canada, le CRTC a la capacité de réagir aux situations de propriété croisée grâce au processus de renouvellement des licences et par d'autres moyens. Le CRTC a, dans certains cas, imposé des exigences pour s'assurer que les salles de rédaction des stations de télévision et des journaux appartenant aux mêmes propriétaires soient administrées séparément.

Nous faisons allusion à tout cela non pas pour appuyer la décision prise par la commission dans ce domaine ni pour s'y opposer, mais simplement pour faire remarquer qu'il existe déjà un instrument efficace de politique publique qui peut être invoqué, et qui l'a d'ailleurs été, lorsque des organes de radiodiffusion et des publications se retrouvent avec le même propriétaire.

Si le gouvernement canadien reconsidérerait sa décision de permettre la propriété croisée, il irait à l'encontre de la plupart des pays du monde industrialisé. Cela ne veut pas dire que toutes les sociétés libres et démocratiques autorisent la propriété croisée, mais celles qui ne le font pas permettent habituellement la propriété étrangère.

L'Association canadienne des journaux ne soutient pas que l'une ou l'autre de ces situations est préférable, mais il est vrai que l'interdiction complète de la propriété croisée ou de la propriété étrangère entraînera nécessairement une concentration accrue dans le secteur des journaux.

Les obstacles économiques à l'entrée dans ce secteur sont déjà suffisants grands sans y ajouter des barrières imposées par le gouvernement. La réalité est que les questions de justice et de diversité ont davantage à voir avec la culture d'entreprise des propriétaires qu'avec la structure de l'entreprise propriétaire. Le débat sur le secteur de l'édition de journaux au Canada s'est toujours articulé autour de la structure de l'entreprise, alors que la véritable question portait plutôt sur les personnalités des



of Lord Black's properties. There was a great deal of angst, but at the end of the day, I believe even the critics would agree that Canadians do have better newspapers such as the *Ottawa Citizen*.

The newspaper industry is often thought of as an unregulated industry, but this is more of a philosophical notion as opposed to the regulatory environment in which we operate. There is a broad range of public policy instruments already in place at the federal and provincial level that affects the business of publishing newspapers. Our members are fully responsible for everything they publish under libel and contempt laws. There are labour laws, there are recycling laws — a multitude of other laws restrict what can be published and restrain the news gathering process, including access to the courts, privacy and identification of accused in criminal actions.

The content of advertisements is controlled; even the placement of vending boxes is controlled. We see no need to add to the existing range of restraints and controls over the business of newspaper publishing.

One constructive step that public policy could take would be to eliminate the GST on reading materials. We believe that news media such as newspapers play a vital public role in the dissemination of information within our communities.

The introduction of the GST on newspapers in Canada had a dramatic effect on national circulation. Between 1991 and 1993, circulation in Canada dropped over 5 per cent. Although there was an economic downturn in the early 1990s, the decline in circulation was attributed primarily to the introduction of the GST since earlier recessions had little impact on circulation.

It is also time for government to move quickly and reform outdated legislation that prevents direct-to-consumer advertising of prescription medicines to Canadians by Canadians. U.S.-style advertising that spills over every day is misleading. That is why we are calling for a made-in-Canada solution that would allow for better access to accurate, reliable medical information.

Canadians want and deserve balanced, regulated, clear information on prescription medicines so they can participate in decisions that affect their health. Legislation drafted half a century ago has lost all relevance in the modern information age, and the time for change is now.

Another constructive step would be to strengthen Canada's freedom of information, FOI, laws, and to insist on a culture of compliance by government departments rather than avoidance of FOI responsibilities. The federal government should set the

propriétaires. Au milieu des années 90, la problématique portait sur la concentration des journaux entre les mains de Lord Black. Il y avait énormément d'inquiétude, mais en fin de compte, je pense que même les critiques reconnaîtraient que les Canadiens ont effectivement de meilleurs journaux, par exemple l'*Ottawa Citizen*.

On s' imagine souvent que le secteur des journaux est une industrie non réglementée, mais c'est plutôt une notion philosophique qui ne correspond pas au cadre réglementaire dans lequel nous fonctionnons. Il y a un vaste éventail d'instruments de politique officielle déjà en place au niveau fédéral et provincial qui influe sur les entreprises d'édition de journaux. Nos membres sont entièrement responsables de tout ce qu'ils publient et sont assujettis aux lois sur le libelle. Il y a également la législation du travail, il y a des lois sur le recyclage — une foule d'autres lois restreignent ce que l'on peut publier et entravent le processus de cueillette de nouvelles, y compris l'accès aux tribunaux, le respect de la vie privée et l'identification des personnes accusées d'actes criminels.

Le contenu de la publicité est contrôlé; même l'emplacement des distributeurs automatiques de journaux est contrôlé. Nous ne voyons aucun besoin d'ajouter à la gamme existante de contraintes et de contrôles qui encadre le secteur de l'édition de journaux.

Une mesure constructive que les pouvoirs publics pourraient prendre serait d'éliminer la TPS sur les livres et journaux. Nous croyons que les médias d'information comme les journaux jouent un rôle public vital dans la diffusion de l'information au sein de nos collectivités.

L'introduction de la TPS sur les journaux au Canada s'est fait lourdement sentir sur la diffusion nationale. Entre 1991 et 1993, le tirage des journaux au Canada a baissé de 5 p. 100. Bien qu'il y ait eu un ralentissement économique au début des années 90, la baisse du tirage a été attribuée essentiellement à l'introduction de la TPS, puisque les récessions antérieures n'avaient eu que peu d'impact sur le tirage.

Le temps est également venu pour le gouvernement d'agir rapidement en vue de réformer une législation désuète qui empêche les Canadiens de faire de la publicité s'adressant directement au consommateur canadien pour vanter les mérites de médicaments d'ordonnance. La publicité de style américain qui nous envahit tous les jours est trompeuse. C'est pourquoi nous réclamons une solution faite au Canada qui permettrait un meilleur accès à une information médicale exacte et fiable.

Les Canadiens veulent et méritent une information équilibrée, réglementée et claire sur les médicaments d'ordonnance, afin de pouvoir participer aux décisions qui influent sur leur santé. Une législation rédigée il y a un demi-siècle a perdu toute pertinence à l'ère moderne de l'information et il est grand temps d'en changer.

Une autre mesure constructive serait de renforcer la législation canadienne en matière de liberté de l'information, et d'insister pour que les ministères gouvernementaux acquièrent une culture de respect de cette législation, au lieu de se soustraire

standard in this regard and encourage the provincial governments to follow suit.

In his testimony before you, Patrick Watson suggested the need for a public newspaper. One of his reasons was that he found the level of investigative journalism in this country to be poor. Not only is his assessment wrong, the solution is wrong-headed as well.

Daily newspapers compete against the CBC every year for the prestigious Michener Awards, and have won more times than the CBC. It is the newspaper industry that gets these otherwise secret stories out to Canadians and newspapers that continue to push for modernization of FOI laws, which is the real solution to better investigative journalism in this country. Without them, newspapers can only tell Canadians the stories that governments want them to hear.

CNA studies of the effectiveness of FOI laws in this country have revealed major problems and concerns about how governments routinely try to stonewall and circumvent a law that was designed to give information to the public and, of course, to the media. Look at what some newspapers have unveiled when FOI has truly meant freedom of information. *The Toronto Star* this year won the three most significant national journalism awards for its series on race and crime. This is a series that would not have happened without a patient and long wait to use FOI to pry out the data *The Star* needed to do its analysis and investigation. *The Globe and Mail* was nominated twice for a national newspaper award in two different categories for coverage of the federal government's advertising contract scandal. These are just two of the stories that needed to be told, and which have done a great service to guard against government misuse and abuse in our democracy.

There is a strong history and tradition in this country of newspapers moving the needle on public policy, whether it be the environment, taxation or health care. This fundamental role in a free and democratic society has not, and should not, change because of structures in ownership.

**The Chairman:** I should like to clarify something about your slides. You give, over time, two sets of data. The first is newspaper ownership by circulation size. Is that total daily circulation or circulation among your members?

**Ms. Kothawala:** Total circulation.

**The Chairman:** Regarding the second — newspaper ownership, 2003 — is that ownership by number of titles?

constamment à leurs responsabilités à cet égard. Le gouvernement fédéral devrait servir de modèle dans ce domaine et encourager les gouvernements provinciaux à en faire autant.

Dans son témoignage devant vous, Patrick Watson a évoqué le besoin d'un journal public. L'une des raisons qu'il a données était qu'à son avis, le niveau de journalisme d'enquête dans notre pays est médiocre. Non seulement se trompe-t-il dans son évaluation, mais la solution qu'il préconise est mal avisée également.

Les quotidiens rivalisent chaque année avec la Société Radio-Canada pour remporter les prestigieux prix Michener et ont gagné plus souvent que la SRC. C'est l'industrie des journaux qui révèle aux Canadiens des histoires qui autrement resteraient secrètes, et ce sont les journaux qui continuent d'insister pour la modernisation de la législation sur la liberté de l'information, ce qui est la véritable solution pour améliorer le journalisme d'enquête dans notre pays. En l'absence d'une telle législation, les journaux peuvent seulement raconter aux Canadiens les histoires que les gouvernements veulent bien que les citoyens entendent.

Les études faites par l'Association sur l'efficacité de la législation sur l'accès à l'information dans notre pays ont révélé de graves problèmes et préoccupations quant à la manière dont les gouvernements tentent régulièrement de résister et de se dérober à une loi qui a été conçue pour permettre au grand public et, bien sûr, aux médias d'avoir librement accès à l'information. Voyez ce que certains journaux ont pu révéler quand la Loi sur l'accès à l'information a vraiment joué son rôle. *The Toronto Star* a gagné cette année les trois principaux prix nationaux de journalisme pour sa série d'articles sur les relations raciales et le crime. C'est une série qui n'aurait pu être publiée si les journalistes n'avaient pas fait preuve d'une longue patience pour obtenir peu à peu, en invoquant la Loi sur l'accès à l'information, les données dont le journal avait besoin pour effectuer son enquête et son analyse. *The Globe and Mail* a été mis en nomination deux fois pour un prix national de journalisme dans deux catégories différentes pour ses articles sur le scandale dans l'octroi de contrats de publicité par le gouvernement fédéral. Ce ne sont là que deux exemples d'histoires qu'il faut raconter et la publication de ces articles a rendu un fier service en érigeant un garde-fou contre les abus et les irrégularités du gouvernement dans notre démocratie.

Il y a dans notre pays une tradition de longue date de journaux qui déterminent l'orientation de la politique des pouvoirs publics, que ce soit dans le domaine de l'environnement, la fiscalité ou de la santé. Ce rôle fondamental dans une société libre et démocratique n'a pas et ne doit pas changer à cause du régime de propriété.

**La présidente:** Je voudrais obtenir une précision sur vos documents. Vous donnez deux séries de données échelonnées dans le temps. La première porte sur la propriété de journaux d'après leur diffusion. S'agit-il de la diffusion quotidienne totale ou celle des journaux membres de votre association seulement?

**Mme Kothawala:** C'est la diffusion totale.

**La présidente:** Au sujet du deuxième tableau, portant sur la propriété des journaux en 2003, s'agit-il du nombre de titres?



**Ms. Kothawala:** That is right.

**Senator Carney:** On your page 5, you mention that there was a correlation between the decline in circulation of newspapers and the imposition of the GST. Are you suggesting that there was no decline in circulation of newspapers before the GST was proposed? I sat on a newspaper board of directors and there definitely was a decline in newspapers before the GST. Could you clarify that?

**Ms. Kothawala:** We are not arguing that there was no decline in circulation. We are arguing that there was quite a substantial decline of over 5 per cent between 1991 and 1993. If you look back in time over previous recessions or economically difficult times, the drop in circulation was much smaller than that.

**Senator Carney:** Also, could you provide the committee with a list of your membership? You have said you represent newspapers, but I do not believe we have an actual list of the membership.

**The Chairman:** I was struck when you said you had 82 members but there are 102 dailies.

**Ms. Kothawala:** Basically, all the major daily newspaper companies are part of CNA, with the exception of Quebecor, which recently left due to financial constraints.

**Senator Carney:** There are many interesting aspects of your presentation, but I wish to concentrate on the issue of diversity of news. Paddy Sherman of Southam News pointed out something that I thought the committee would be interested in: The diversity of views of many newspapers in Canada led to many of our national programs. The fact that we have a national pension program in place is because Quebec wanted it. There was a great deal of discussion in the media on pensions and it became a national program. It was similar in the case of Medicare, which was an issue in Saskatchewan where it was pursued, discussed and debated and became a national program. I would add to that list, Aboriginal rights, which because of Nisga'a and B.C. Aboriginal issues, has become a national issue to the point that the territory in which we sit, you may be surprised to know, is under a land claim of status by the Algonquin. Parliament Hill is the subject of a land claim.

That relates to the diversity of voices and views of columnists and editorialists in the many regions of Canada. How can we maintain that diversity when increasingly we have a newspaper system that holds a concentration of views such that moves are made to concentrate editorials and limit the number of voices by having one person or one group of newspaper reporters present those views on television under a centralization of news bureaus. In British Columbia, CanWest Global Communications Corporation owns both newspapers and radio stations. A Victoria bureau was cut so there are only two voices re-circulating the same information such that the ruling

**Mme Kothawala:** C'est bien cela.

**Le sénateur Carney:** À la page 5 de votre document, vous dites qu'il y a une corrélation entre la baisse de la diffusion des journaux et l'imposition de la TPS. Laissez-vous entendre qu'il n'y a eu aucune baisse avant que l'on propose la TPS? Je siégeais au conseil d'administration d'un journal et il y a assurément eu une baisse de la diffusion des journaux avant la TPS. Pourriez-vous préciser cela?

**Mme Kothawala:** Nous ne disons pas qu'il n'y a eu aucune baisse de la diffusion. Nous soutenons qu'il y a eu une baisse considérable de plus de 5 p. 100 entre 1991 et 1993. Si vous vous reportez aux récessions antérieures ou aux périodes difficiles sur le plan économique, cette baisse était nettement moins importante.

**Le sénateur Carney:** De plus, pourriez-vous donner au comité une liste de vos membres? Vous avez dit que vous représentez des journaux, mais je ne crois pas que nous ayons une liste des membres.

**La présidente:** Une chose m'a frappée: vous avez dit que votre association avait 82 membres, mais il y a 102 quotidiens.

**Mme Kothawala:** Essentiellement, toutes les grandes compagnies qui publient des quotidiens font partie de l'Association canadienne des journaux, à l'exception de Quebecor, qui nous a quittés récemment pour des raisons financières.

**Le sénateur Carney:** Votre exposé comporte de nombreux aspects intéressants, mais je voudrais m'attarder à la question de la diversité des nouvelles. Paddy Sherman, de Southam News, a signalé quelque chose qui est, à mon avis, de nature à intéresser le comité: la diversité d'opinions dans nombre de journaux au Canada a entraîné la création de beaucoup de nos programmes nationaux. Si nous avons en place un programme national de pensions, c'est parce que le Québec le réclamait. Il y a eu beaucoup de discussions dans les médias sur les pensions et cela a débouché sur la création d'un programme national. Ce fut la même situation dans le cas de l'assurance-maladie, qui a d'abord fait l'objet d'un vigoureux débat en Saskatchewan avant d'être mis en oeuvre et de devenir un programme national. J'ajouterai à cette liste les droits des Autochtones, qui sont devenus une question d'intérêt national, à cause du traité des Nisga'as et des revendications des Autochtones de la Colombie-Britannique, au point que le territoire où nous nous trouvons en ce moment même, ce qui pourra peut-être vous étonner, fait l'objet d'une revendication territoriale de la part des Algonquins. La colline du Parlement est visée par une revendication territoriale.

Cela a quelque chose à voir avec la diversité des voix et des points de vue exprimés par les chroniqueurs et éditorialistes dans les nombreuses régions du Canada. Comment pouvons-nous maintenir cette diversité alors que, de plus en plus, nous avons un système journalistique dans lequel la concentration d'opinions est telle que des mesures sont prises pour centraliser l'éditorial et limiter le nombre des voix en ayant une seule personne ou un seul groupe de journalistes pour présenter un point de vue à la télévision dans le cadre de bureaux de nouvelles centralisés. En Colombie-Britannique, la société CanWest Global Communications possède les deux journaux et des stations de

criterion of information production is this concept of repurposing. I used to call it rewrite when I was a journalist — you got the story and you wrote it for the newspapers. Now, under this concentration, the story is repurposed for television or it is rewritten or repurposed for radio. Basically, one voice, or a limited number of voices, is disseminating the information.

If you are to have a centralized system of information production and dissemination, how do you maintain that national fabric of diversity? It goes directly to your statement on page 5 that the reality is such that the questions of fairness and diversity have more to do with the corporate culture of the ownership than with the corporate structure. I would agree. Under the Southam newspaper chain, the criterion was local management, with publishers of editorial content and local priorities ruling the editorial content. Under CanWest, there is a centralized head office with general managers but there are no local publishers. I am interested in that statement and it goes to the central issue of diversity. If you have concentration, the elimination of local voices and the elimination of a diversity of voices, how do you achieve the information tapestry that Canadians need for a national agenda?

**Ms. Kothawala:** First, the most important thing to recognize is that newspapers remain, and will always have to be, fundamentally local. We have done much research into what Canadians are looking for in their daily newspapers and local content is always at the top of the list. There are still, irrespective of whether a chain of newspapers across the country has one owner, strong local brands. The moment that they cease to be local, they will lose their readers because their readers are looking for that. I would submit that the diversity of voices is still alive and well because that is what newspapers are all about. If they want to remain relevant and if they want to continue to attract readers and advertisers, they have to ensure that that local news is reaching their readers.

**Senator Carney:** I would submit, and time will tell, that the concentration and elimination of voices is one of the reasons for the decline in circulation but we will have to wait and see.

I am struck by the fact that you are quite satisfied with the status quo, except for a couple of areas such as the push for direct-to-consumer advertising of prescription medicines. Of course, that has constraints because if advertisers have the right to pitch directly to consumers, then there will be great pressure on our drug services. Sales of prescription medications will be dictated by advertisers pushing brands rather than by doctors and

radio. Un bureau de Victoria a été supprimé, de sorte qu'il n'y a que deux voix qui recyclent la même information, au point que le principal critère qui préside à la production de l'information est ce concept de recyclage de l'information. Quand j'étais journaliste, je disais que l'on réécrivait, c'est-à-dire qu'on obtenait un reportage qu'on devait réécrire pour publication dans un journal. Maintenant, dans le cadre de cette concentration, le reportage est reformaté pour la télévision ou bien il est réécrit pour la radio. Essentiellement, il n'y a qu'une seule voix ou un nombre limité de voix pour diffuser l'information.

Si l'on se retrouve avec un système centralisé de production et de diffusion de l'information, comment peut-on maintenir cette diversité nationale? J'en reviens directement à votre déclaration de la page 5, quand vous dites que la réalité est telle que les questions de justice et de diversité ont plus à voir avec la culture de l'entreprise qu'avec la structure de la société qui possède un organe d'information. Je suis d'accord avec cela. Dans la chaîne de journaux *Southam*, le critère était la gestion locale, les rédacteurs en chef ayant le dernier mot sur le contenu rédactionnel, en fonction des priorités locales. Par contre, chez CanWest, il y a un siège social centralisé et des gestionnaires généralistes, mais il n'y a pas de rédacteurs en chef locaux. Je m'intéresse à cette déclaration qui va au coeur même de la question centrale de la diversité. Quand il y a concentration, élimination des voix locales et élimination de la diversité des voix, comment peut-on réaliser la mosaïque d'information dont les Canadiens ont besoin pour être bien informés en tant que nation?

**Mme Kothawala:** Premièrement, il importe avant tout de reconnaître que les journaux demeurent et demeureront toujours fondamentalement locaux. Nous avons fait beaucoup de recherche sur ce que les Canadiens attendent de leurs quotidiens, et le contenu local figure toujours en tête de liste. Il y a encore, peu importe qu'une chaîne de journaux d'un bout à l'autre du pays appartienne au même propriétaire, de solides identités locales. Dès que ces journaux cesseront d'être locaux, ils perdront leurs lecteurs parce que ceux-ci recherchent cette identité locale. Je soutiens que la diversité des voix n'a rien perdu de sa vigueur parce que c'est la raison d'être des journaux. S'ils veulent rester pertinents, s'ils veulent continuer d'attirer des lecteurs et des annonceurs, ils doivent veiller à ce que leurs lecteurs reçoivent les nouvelles locales.

**Le sénateur Carney:** Je soutiens, et le temps dira si j'ai raison ou pas, que la concentration et l'élimination des voix sont l'une des raisons du déclin de la diffusion, mais il faudra attendre et voir ce qui se passera.

Je suis frappée par le fait que vous êtes très satisfaite du statu quo, à l'exception de deux ou trois problèmes comme votre plaidoyer en faveur de la publicité visant directement les consommateurs au sujet des médicaments d'ordonnance. Bien sûr, il y a des contraintes à ce sujet, parce que si les annonceurs ont le droit d'annoncer directement aux consommateurs, cela exercera de fortes pressions sur nos services qui dispensent des



pharmacists dealing with people's needs. Some of your issues are directly self-serving and not necessarily in the public interest.

Why are you so happy with the status quo? Why do you think it is fine for localization and centralization? Also, in that context, the big chains are not producing local news. Rather, community newspapers are producing local news. You have only to read them to know that.

**Ms. Kothawala:** Again, I would disagree with that assessment. There are numerous questions as part of that. First, let us deal with the advertising of prescription medicines. As I said in my presentation, the reality is that Canadians are receiving this information today from American networks. They get it every day, often for drugs that have not been approved in Canada and frequently under a different name. There is mass confusion and, at the end of the day, the doctor will have the final say. It is not as though Canadians will suddenly rush out to their pharmacies to fill many different prescriptions. The doctor will have the final say.

**Senator Carney:** I will leave that point to someone else to debate. It is an example of the fact that you are quite happy with the status quo and yet many Canadians are not happy about with it. Why do you support the centralization of newsgathering, news dissemination and news production as part of a corporate culture?

**Ms. Kothawala:** I am simply supporting the continued role of newspapers to keep Canadians informed. You spoke a little about how, with television news and newspapers under common ownership, you are simply repurposing content. Again, experience has shown differently. Cross-ownership has allowed improved television programming in terms of news and public affairs. It has allowed newspapers to develop stronger brands, to cross-promote and to tell Canadians about what content they will cover. Those are quality stories. If you look at the history of this, many television watchers are not newspaper readers and vice versa. To the degree that you can attract some new readers because they developed an interest in your newspaper by seeing something on a television station that is owned by the same company, there is, in fact, an increase of choice.

**Senator Spivak:** On the issue of advertising drugs, there seems to be a fundamental contradiction in what you are saying. You are saying that Canadians are receiving American advertisements that are misleading and that if we could have direct-to-consumers in Canada, it would be better. However, these advertisers are multinational corporations and if the experience in the United States is such that advertising is misleading and you

médicaments. La vente de médicaments d'ordonnance sera dictée par les annonceurs qui certaines marques plutôt que par les médecins et pharmaciens qui répondent aux besoins des gens. Certaines de vos propositions servent directement vos propres intérêts et pas nécessairement l'intérêt public.

Pourquoi êtes-vous tellement contente du statu quo? Pourquoi croyez-vous que la centralisation ne soulève aucune objection? Par ailleurs, dans le même contexte, les grandes chaînes ne produisent pas de nouvelles locales. Ce sont plutôt les journaux communautaires qui publient des nouvelles locales. Il suffit de les lire pour s'en apercevoir.

**Mme Kothawala:** Encore une fois, je ne suis pas d'accord avec cette évaluation. Cela soulève de nombreuses questions. Premièrement, voyons ce qu'il en est de la publicité des médicaments d'ordonnance. Comme je l'ai dit dans mon exposé, la réalité est que les Canadiens reçoivent aujourd'hui cette information diffusée par les réseaux américains. Ils sont inondés d'information à ce sujet, souvent au sujet de médicaments qui ne sont pas approuvés au Canada et qui souvent vendus sous un nom différent. Il y a donc énormément de confusion et, en fin de compte, c'est le médecin qui a le dernier mot. Ce n'est pas comme si les Canadiens allaient se précipiter subitement chez leur pharmacien pour faire remplir de nombreuses ordonnances différentes. C'est le médecin qui aura le dernier mot.

**Le sénateur Carney:** Je vais laisser quelqu'un d'autre poursuivre le débat là-dessus. Cela prouve que vous êtes très contente du statu quo, et pourtant, beaucoup de Canadiens en sont mécontents. Pourquoi appuyez-vous la centralisation de la cueillette et de la diffusion de nouvelles et de la production de nouvelles dans le cadre d'une culture d'entreprise?

**Mme Kothawala:** J'appuie simplement la continuation du rôle des journaux pour tenir les Canadiens bien informés. Vous avez dit tout à l'heure qu'avec la propriété commune des stations de télévision et des journaux, on se contente de reformater le contenu. Encore une fois, l'expérience a prouvé le contraire. La propriété croisée a permis une amélioration des émissions de télévision dans le domaine des actualités et des affaires publiques. Cela a permis aux journaux d'établir des images de marque plus solides, de faire de la promotion croisée et de dire aux Canadiens quel contenu exactement ils vont aborder. Ce sont des reportages de qualité. Si vous examinez l'historique de tout cela, beaucoup de téléspectateurs ne sont pas lecteurs de journaux, et vice-versa. Dans la mesure où l'on peut attirer certains nouveaux lecteurs parce qu'ils ont développé un intérêt pour un journal, après avoir vu une émission à la télévision, à un poste qui appartient à la même compagnie, on peut dire qu'il y a en fait une augmentation du choix.

**Le sénateur Spivak:** Sur la question de la publicité des médicaments d'ordonnance, il semble y avoir une contradiction fondamentale dans ce que vous dites. Vous dites que les Canadiens reçoivent de la publicité américaine qui est trompeuse et que si nous pouvions annoncer directement aux consommateurs au Canada, ce serait mieux. Pourtant, ces annonceurs sont des sociétés multinationales et si l'expérience

only have to look at the numbers of Canadians taking drugs, why should we assume that direct-to-consumer advertising in Canada would then not be misleading?

There is always a tension between the public interest and corporate interest. We are here to protect the public interest. You seem to be expressing the corporate interest. Could you comment on that?

**Ms. Kothawala:** First, on direct-to-consumer advertising, DTCA, I quite clearly say in my presentation that is why we are pushing for a made-in-Canada solution. We do not think the American-style advertising is appropriate, so we are suggesting, and have been working with government, a system that is regulated and balanced that makes sure that it clearly states who the product is for and not for. It has third party support.

If it were for diabetes medication, the Canadian Diabetes Association's Web site would be there so people could see what the alternative treatments might be. The ad would always advise to see your doctor.

We are proposing something that is regulated, balanced and provides Canadians with accurate information about their health.

**Senator Spivak:** This has nothing to do with the tremendous amount of money that drug companies have to spend on advertising to promote their product?

**Ms. Kothawala:** No, this has everything to do with the fact that Canadian newspapers and Canadian broadcasters compete against American broadcasters. We want to ensure that, to the extent that those messages are getting out to Canadians, it is the right information. We also want to ensure that there is a benefit.

There is no question that there will be additional advertising dollars. We do not think that we need to apologize for that.

**Senator Graham:** Welcome witness. I will pursue the same subject for a moment. I am intrigued by what you are saying about pharmaceutical prescription medicine advertising. You talk about getting better access and more reliable information to the public. How would you do that in terms of newspapers?

I will add a supplementary to that. What responsibility does the media have in educating people, especially young people, not just bringing the news or giving an opinion?

There is a two-part question here. First, a further supplementary to the question Senator Carney raised and one to the supplementary question of Senator Spivak with respect to how would you approach better education with respect to pharmaceuticals in your newspapers?

**Ms. Kothawala:** That is an important question. Again, many studies have been conducted to look at why Canadians are reading newspapers. What type of content are they seeking? Canadians are really looking to their newspapers for more

aux États-Unis est telle que la publicité est trompeuse, et il suffit de voir le nombre de Canadiens qui prennent des médicaments, pourquoi devrions-nous supposer que la publicité directe aux consommateurs au Canada ne serait pas trompeuse?

Il y a toujours une tension entre l'intérêt du public et l'intérêt des entreprises. Nous sommes là pour protéger l'intérêt public. Vous avez l'air de représenter l'intérêt des entreprises. Qu'avez-vous à dire à ce sujet?

**Mme Kothawala:** Tout d'abord, en ce qui concerne la publicité s'adressant directement aux consommateurs, je dis clairement dans mon exposé que c'est pour cela que nous recommandons une solution spécifiquement canadienne. Nous estimons que la publicité à l'américaine nous convient mal et c'est pourquoi nous avons collaboré avec le gouvernement pour proposer un régime réglementé et équilibré afin de préciser clairement à qui le produit s'adresse ou ne s'adresse pas. Cette initiative est appuyée par des tiers.

Dans le cas d'un médicament pour le diabète, les gens pourraient se reporter au site Web de l'Association canadienne du diabète pour voir les autres options de traitement. L'annonce leur recommanderait toujours de consulter leur médecin.

Nous proposons un régime réglementé et équilibré pour donner aux Canadiens des informations précises sur leur santé.

**Le sénateur Spivak:** Cela n'a rien à voir avec les sommes colossales que les compagnies pharmaceutiques consacrent à la publicité de leurs produits.

**Mme Kothawala:** Non, il s'agit simplement du fait que les journaux et les radiodiffuseurs canadiens sont en concurrence avec les radiodiffuseurs américains. Nous voulons veiller à ce que les messages adressés aux Canadiens contiennent les bonnes informations. Nous voulons aussi qu'il y ait un résultat positif.

Il est bien certain qu'on va continuer à consacrer de l'argent à la publicité. Nous ne voyons pas de raison de nous en excuser.

**Le sénateur Graham:** Bienvenue, madame. Je vais poursuivre un peu sur ce sujet. Je suis intrigué par ce que je vous entends dire au sujet de la publicité pour les médicaments d'ordonnance. Vous parlez d'améliorer l'accès et de donner des informations plus fiables au public. Comment le feriez-vous dans les journaux?

J'ai une question supplémentaire. Dans quelle mesure les médias sont-ils responsables de l'éducation des gens, en particulier des jeunes, et non pas simplement de présenter des informations ou des opinions?

C'est une question double. Premièrement, une autre question supplémentaire à la question soulevée par madame le sénateur Carney et une autre à la question supplémentaire de madame le sénateur Spivak pour savoir comment vous pourriez mieux éduquer les gens sur les produits pharmaceutiques dans vos journaux.

**Mme Kothawala:** C'est une question importante. Il y a eu plusieurs études sur les raisons pour lesquelles les Canadiens lisent des journaux. Quel genre de contenu y recherchent-ils? Ce que les Canadiens recherchent dans leurs journaux, c'est une information



information on health including information on new prescription drugs and new developments in types of surgery.

Those are very important issues. Canadians are looking to their newspapers. You will see that a number of newspapers have established health and well-being sections to respond to that need of Canadians. Newspapers recognize that Canadians are looking for more content in terms of prescription drugs and health issues generally.

We think that advertising will add to that to the extent that there will be more information out there because we are not suggesting an advertising system that is not regulated and that is not balanced. Consumers will have both the editorial coverage in terms of issues that are important to their health, but also be able to see what new drugs are available on the market.

It is not the role of an editorial story to talk about side effects and who might use a drug. That is much better communicated through an advertisement.

**Senator Graham:** What about the responsibility of educating the public and not just uncovering sensational stories, giving opinions or taking a side of an issue. What responsibility do newspapers have in educating our young people?

**Ms. Kothawala:** They have a big responsibility in educating our young people. Many newspapers are active in Newspaper in Education programs, or NIE. They work closely with the schools to ensure that there are high rates of literacy among the school children. They try to inculcate that newspaper-reading habit at a young age. We all know that this is something our industry is dealing with, as many industries are.

There are many sources through the Internet and other ways by which young people can get their information. We would like to ensure that they are reading newspapers. We think it is an important thing that they need to be doing.

A number of newspapers are also looking at how to attract readers. It is a big issue that is under a great deal of discussion. *The Toronto Star* for example, has created "Brand New Planet," which is a new section that is dedicated to the tweens to inculcate the habit of reading newspapers at a young age.

**Senator Graham:** There was a financial analyst who gave us a report that for the last four generations each generation reads fewer newspapers than the one before. Would you comment on that?

**Ms. Kothawala:** As I said, we are seeing declines in readership. This is not unique to Canada. Countries around the world are dealing with this issue.

Again, I think it has much to do with the explosion of information sources. There are a number of mechanisms by which Canadians can keep themselves informed and some of them are not choosing to read the daily newspaper as part of that.

plus poussée sur la santé, notamment des informations sur les nouveaux médicaments d'ordonnance et les nouveaux progrès de la chirurgie.

Ce sont des questions très importantes auxquelles les Canadiens cherchent les réponses dans leurs journaux. Vous pouvez constater que plusieurs journaux ont des sections consacrées à la santé et au bien-être pour répondre à cette aspiration des Canadiens. Les journaux reconnaissent que les Canadiens veulent en savoir plus sur les médicaments d'ordonnance et les questions de santé en général.

Nous estimons que la publicité va renforcer cela dans la mesure où elle donnera plus d'information car nous ne proposons absolument pas un régime publicitaire qui ne serait pas réglementé ni équilibré. Les consommateurs auront donc à la fois le contenu rédactionnel sur les questions importantes pour leur santé, et l'information sur les nouveaux médicaments disponibles sur le marché.

Les articles éditoriaux ne sont pas là pour parler des effets secondaires et des utilisateurs éventuels d'un médicament. La publicité est un bien meilleur moyen de communiquer ces informations.

**Le sénateur Graham:** Les journaux n'ont-ils pas la responsabilité d'éduquer le public au lieu de se contenter de publier des histoires à sensation, de donner des opinions ou de prendre partie sur une question. Dans quelle mesure les journaux sont-ils responsables de l'éducation des jeunes?

**Mme Kothawala:** Ils ont une grande responsabilité à cet égard. De nombreux journaux participent au programme Le journal en classe. Ils collaborent étroitement avec les écoles pour élever le plus possible le niveau d'alphabétisation des écoliers. Ils essaient de leur inculquer l'habitude de lire les journaux très jeunes. Notre secteur, comme plusieurs autres, est actif dans ce domaine.

Les jeunes peuvent trouver des informations sur l'Internet et de bien d'autres façons. Nous voudrions qu'ils lisent aussi les journaux. Nous pensons que c'est important.

Divers journaux cherchent aussi à attirer des lecteurs. C'est une question importante qui fait l'objet de tout un débat. *Le Toronto Star*, par exemple, a créé «Brand New Planet», une section qui s'adresse aux pré-adolescents pour leur inculquer l'habitude de lire le journal.

**Le sénateur Graham:** Un analyste financier nous a dit que depuis quatre générations, chaque génération lisait moins de journaux que la précédente. Qu'en dites-vous?

**Mme Kothawala:** Encore une fois, les gens lisent moins. Ce n'est pas unique au Canada. C'est un problème qui se pose ailleurs dans le monde.

Là encore, je pense que c'est lié à l'explosion des sources d'information. Les Canadiens ont toutes sortes de moyens de s'informer et c'est pour cela que certains d'entre eux ne prennent pas la peine de lire un quotidien.

We all know that people are time pressed. If you want to give a daily newspaper the time that we feel it deserves, you are looking at a good chunk of time. Many people do not have that time. That is something that again newspapers are balancing.

There has been much growth in terms of newspaper Web sites because they are trying to catch people at different parts of their day. Some people look at the newspaper Web sites while at the office. They are trying to extend that brand to make sure that people still view the daily newspaper as relevant in their everyday lives.

**Senator Graham:** When you say that you have 5 million readers in total everyday, be they daily newspapers or weekly newspapers, how do you measure that? How are you assured that this is an accurate measure? Is it the number of papers that are printed? Is it the number of papers that are sold? Give us how you reach that calculation?

**Ms. Kothawala:** CNA has a research arm referred to as NAD Bank — the Newspaper Audience Data Bank. They are out in the field twice a year with readership surveys to determine who is reading newspapers. They do breakdowns in terms of read yesterday versus read last week, because one of the trends we are finding is that while the read-yesterday number is declining, the read-in-the-last-week is not declining. Canadians are still reading newspapers. They are just not reading them as often as they did.

**Senator Graham:** When you formed the new Canadian Newspaper Association in 1996, was there any change in membership? Did everyone who was a member before of the Canadian Daily Newspaper Association and the Newspaper Marketing Bureau, all sign on? Did you lose someone or get additional members?

**Ms. Kothawala:** We actually got an additional member who is no longer a member, and that is Quebecor. At the time in 1996, all newspapers in this country came together under a common umbrella to work on public policy issues as well as marketing issues. We merged those functions into one umbrella organization.

**Senator Gustafson:** I want to thank you for appearing.

I come from a rural area. I am becoming chronic in the problems that exist, but they are very serious. I will use an example.

For 14 years, while I was in the House of Commons, we had Question Period meetings whether in opposition or in government. Generally, the questions in the House of Commons arise from a headline in the papers.

I say all this to show the responsibility that the newspapers have. You made the statement that government directs the newspaper industry.

It is the other way around. The newspapers set the tone for what happens in government. There is no question. Where is the vacuum? The vacuum is in rural Canada.

Les gens n'ont pas le temps. Si l'on veut consacrer à un journal le temps qu'il mérite à notre avis, il faut prendre un bon moment. Or, les gens n'ont pas le temps. C'est quelque chose dont les journaux tiennent compte.

Les sites Web des journaux se sont beaucoup développés parce qu'ils essaient d'accrocher les gens à divers moments de la journée. Certaines personnes consultent le site Web des journaux au bureau. Les journaux essaient de développer ce secteur pour inciter les gens à continuer à considérer le journal comme quelque chose d'essentiel dans leur vie quotidienne.

**Le sénateur Graham:** Quand vous dites que vous avez 5 millions de lecteurs par jour, qu'il s'agisse de quotidiens ou d'hebdomadaires, comment mesurez-vous cela? Comment êtes-vous certains de l'exactitude de ce chiffre? Est-ce que c'est le nombre de journaux imprimés, le nombre de journaux vendus? Comment faites-vous ce calcul?

**Mme Kothawala:** L'ACJ a une branche de recherche intitulée la NAD Bank, la Banque de données sur le public des journaux. Cette équipe fait des enquêtes deux fois par an sur le public des journaux. Elle classe les résultats en «lus hier» et «lus la semaine dernière», car nous constatons que, si le nombre de «lus hier» diminue, ce n'est pas le cas pour les «lus la semaine dernière». Les Canadiens continuent à lire des journaux. Simplement, ils ne le lisent plus aussi souvent que jadis.

**Le sénateur Graham:** Quand vous avez créé l'Association canadienne des journaux en 1996, y a-t-il eu un changement dans la participation? Est-ce que tous les anciens membres de l'Association canadienne des quotidiens et du Bureau de commercialisation des quotidiens s'y sont associés? Avez-vous perdu des membres ou en avez-vous eu de nouveaux?

**Mme Kothawala:** Nous en avons eu un nouveau qui n'est plus membre maintenant, c'est Quebecor. À l'époque en 1996, tous les journaux du Canada étaient regroupés sous un chapiteau commun pour travailler sur les questions de politique des pouvoirs publics et de commercialisation. Nous avions fusionné ces fonctions au sein d'une même organisation.

**Le sénateur Gustafson:** Merci d'être venue nous rencontrer.

Je viens d'une région rurale. J'ai tendance à rabâcher les problèmes, mais ils sont très sérieux. Je vais vous donner un exemple.

Pendant 14 ans, quand j'étais à la Chambre des communes, que ce soit dans l'opposition ou dans la majorité, nous avions des réunions sur la période des questions. En général, les questions posées à la Chambre des communes sont tirées d'un titre des journaux.

Je vous dis tout cela pour vous donner une idée de la responsabilité des journaux. Vous avez dit que le gouvernement dirigeait l'industrie des journaux.

C'est le contraire. Ce sont les journaux qui déterminent ce qui se passe au gouvernement. C'est certain. Où y a-t-il un vide? Dans le Canada rural.



I want to use an example, which was in your presentation as well. I guess that is fair ball because a big population of the country lives in major centres. It is hard to move out of Toronto or Montreal or even Ottawa with the media and really affect what happens in the country.

I will use the mad cow example and how the media has covered it. They have done very well on the scare part of it. They have really covered the importance of the scare and what could happen, but they have done very little on the hurt. I have not seen much example of even the larger papers going out and interviewing a farmer or someone who is really hurting or maybe losing his farm over these problems.

That happens in many areas in agriculture. Canada is in big trouble in agriculture. The question is whether a lot of agriculture will recover from this.

As an example, yesterday, the packing plants, some are going ahead. If you have deep pockets, as a packing plant, you can buy up these cattle for half price now, freeze them and down the road in 10 months probably make big returns. It seems the media does not get to these kinds of hurts. The local paper does not really impact government. It is the big central papers that impact government.

I would like to hear your response in regard to that and I wish I knew the answer. It is a serious problem we are facing in rural Canada.

**Ms. Kothawala:** I think you are quite right. Newspapers have to continue to ensure that they offer balanced and quality coverage to their readers. They have to ensure that they are covering the issues that matter to Canadians, that are important issues, and that they provide context.

I was out of the country last week, so I cannot speak directly to how the fallout from the whole mad cow situation has been dealt with. However, I think on balance, newspapers tinker with the quality and the news that they bring to Canadians at their peril. A lost reader is hard to win back, so they have to continue to be relevant and Canadian readers will vote with their eyeballs and pocketbooks. If they feel a particular newspaper is not serving them well, then maybe they read the community newspaper, look at a local television station, or get their news through the Internet. They will find the source that meets their needs. Thankfully, in a democracy, we can have divergence of opinions and we have the opportunity to agree or disagree with a particular point of view.

[Translation]

**Senator Corbin:** I greatly appreciated your presentation. I hear you are perfectly bilingual.

**Ms. Kothawala:** Not perfectly, but I will try.

Je vais prendre un exemple que vous mentionnez aussi dans votre exposé. Je pense que c'est normal parce qu'une grande partie de la population vit dans les grands centres. Les médias ont beaucoup de difficulté à sortir de Toronto, de Montréal ou même d'Ottawa s'ils veulent influencer sur ce qui se passe dans le pays.

Je vais prendre l'exemple de la vache folle et de la couverture de ce problème dans les médias. Ils ont très bien couvert la question de la menace. Ils ont parlé de l'importance de la menace et des conséquences possibles, mais ils ont très peu parlé des victimes de cette situation. Je n'ai pas beaucoup vu, même dans les grands journaux, d'entrevues d'agriculteurs ou de personnes victimes de cette situation ou qui allaient peut-être même perdre leur exploitation agricole à cause de cela.

C'est le cas dans bien des domaines de l'agriculture. Le Canada a de gros problèmes agricoles. La question est de savoir si une bonne partie de l'agriculture va s'en relever.

Par exemple, hier, nous avons vu que certains abattoirs poursuivent leurs activités. Si vous avez les reins solides, votre abattoir peut acheter ces vaches à moitié prix maintenant pour les congeler et les vendre dans 10 mois en faisant probablement un bénéfice confortable. Les médias ne semblent pas se soucier de ce genre de problèmes. Les journaux locaux n'ont guère d'influence sur le gouvernement. Ce sont les grands journaux centraux qui ont une influence.

J'aimerais avoir votre réponse à ce sujet et j'aimerais bien connaître la réponse. C'est un grave problème pour nous dans le Canada rural.

**Mme Kothawala:** Je crois que vous avez tout à fait raison. Il faut que les journaux continuent à proposer un contenu équilibré et de qualité à leurs lecteurs. Ils doivent veiller à couvrir les questions qui comptent pour les Canadiens, qui sont importantes, en présentant le contexte.

J'étais à l'étranger la semaine passée, donc je ne peux pas parler précisément des retombées de toute cette situation avec la vache folle. Toutefois, je pense que c'est à leurs risques et périls que les journaux jouent avec la qualité des informations qu'ils présentent aux Canadiens. Il est difficile de récupérer un lecteur qu'on a perdu, et les journaux doivent donc continuer à donner des informations pertinentes car les lecteurs canadiens votent avec leurs yeux et leurs portefeuilles. S'ils estiment qu'un journal ne leur présente pas bien les choses, ils vont peut-être lire le journal communautaire, regarder la télévision locale ou lire les nouvelles sur l'Internet. Ils vont trouver la source qui répondra à leurs besoins. Heureusement, dans une démocratie, nous pouvons avoir des opinions divergentes et nous sommes libres d'être d'accord ou pas avec un point de vue.

[Français]

**Le sénateur Corbin:** J'ai beaucoup apprécié votre présentation. Il paraît que vous êtes parfaitement bilingue.

**Mme Kothawala:** Pas parfaitement, mais je vais essayer.

**Senator Corbin:** In any case, to make everyone's life easier, I will address my question to you in English. Who are the members of the board of governors or the association's board of directors?

**Ms. Kothawala:** We have representatives from each company. We want to make sure that every region is represented. Therefore, we have members from each company and every province.

[English]

**Senator Corbin:** That is what I want to hear. You are talking about companies. Therefore, this is an association of, basically, owners, not editors?

**Ms. Kothawala:** That is correct. We represent newspaper publishers. However, having said that, we work very closely with the Canadian Association of Newspaper Editors. The CNA provided the ability for CANE to be formed. Basically, the main mission of the Canadian Association of Newspaper Editors is to provide professional development and training to mid-career journalists across this country.

We have just completed a fairly successful seminar, with close to 100 people, in Lethbridge. There is one scheduled for Hamilton later this month, and we will be going to Halifax in November.

That training is important and we consider it part of our mandate to ensure that publishers are maintaining that commitment to quality by ensuring that their journalists and editors are getting that ongoing training that they need.

**Senator Corbin:** Before leaving that particular line, who would be directing the seminars? Are they basically intra-journalistic persons? Would they be academics, or a mix, or what?

**Ms. Kothawala:** It is a blend. For example, someone like Don Gibb, who is a writing coach who has been around for a number of years — I am sure Senator Fraser is familiar with his work — would be potentially one of the people who would provide a seminar. Often we have one on the legal side, so that journalists are well aware of changes in regulation, whether it is Young Offenders Act or access to the courts. We sometimes have legal seminars with media lawyers who can ensure that journalists and editors are well aware of the legislative changes in that regard.

**Senator Corbin:** With tongue in check, have you ever had one on the Senate?

**Ms. Kothawala:** We have not.

**Senator Corbin:** Coming back to the ownership representation on your board, or at the director's level of the association, would CanWest have one representative or more than one?

**Ms. Kothawala:** They have three representatives on our board.

**Senator Corbin:** How is that decided?

**Le sénateur Corbin:** De toute façon, pour faciliter la vie d'un peu tout le monde, je vais vous adresser ma question en anglais. Qui sont les membres du bureau des gouverneurs ou du bureau de direction de l'Association?

**Mme Kothawala:** Nous avons des représentants de chacune des compagnies. Nous voulons nous assurer d'une représentation géographique. Donc, nous avons des membres qui sont de chaque compagnie et de chaque province.

[Traduction]

**Le sénateur Corbin:** C'est ce que je voulais savoir. Vous parlez de compagnies. C'est donc en gros une association de propriétaires, pas d'éditeurs?

**Mme Kothawala:** C'est exact. Nous représentons les éditeurs de journaux. Cela dit, nous collaborons étroitement avec la Canadian Association of Newspaper Editors. C'est grâce à l'ACJ que cette association a pu être créée. En gros, la mission de la Canadian Association of Newspaper Editors est d'offrir un développement et une formation professionnelle à des journalistes en milieu de carrière au Canada.

Nous venons de terminer un colloque assez réussi, qui rassemblait près de 100 personnes à Lethbridge. Il y en a un autre prévu à Hamilton dans le courant du mois, et nous irons à Halifax en novembre.

Cette formation est importante et nous estimons qu'elle fait partie de notre mandat qui consiste à veiller à ce que les éditeurs maintiennent leur souci de qualité en s'assurant que leurs journalistes et rédacteurs reçoivent la formation continue dont ils ont besoin.

**Le sénateur Corbin:** Avant de passer à autre chose, qui dirige ces colloques? Est-ce que ce sont des gens du monde du journalisme, des universitaires ou un mélange, quoi?

**Mme Kothawala:** C'est un mélange. Quelqu'un comme Don Gibb, par exemple, qui est guide en rédaction depuis de nombreuses années — je suis sûre que madame le sénateur Fraser connaît bien son travail — est le genre de personnes qui pourraient diriger un tel colloque. Nous avons souvent des représentants du secteur juridique pour informer les journalistes de l'évolution de la réglementation, qu'il s'agisse de la Loi sur les jeunes contrevenants ou de l'accès aux tribunaux. Parfois, nous avons des colloques juridiques avec des juristes qui mettent les journalistes et les rédacteurs au courant des nouveautés législatives.

**Le sénateur Corbin:** En badinant, en avez-vous déjà tenu un sur le Sénat?

**Mme Kothawala:** Non.

**Le sénateur Corbin:** Pour en revenir à la représentation des propriétaires à votre conseil d'administration, ou au niveau de la direction de l'association, est-ce que CanWest a un ou plusieurs représentants?

**Mme Kothawala:** Ils ont trois représentants à notre conseil.

**Le sénateur Corbin:** Qui décide de cela?



**Ms. Kothawala:** It is based on national circulation.

**Senator Corbin:** Strictly?

**Ms. Kothawala:** It is based on the amount of circulation, so it is sort of representation by population, and then, within that, we try to ensure that we have a good balance in terms of the geography of the country.

**Senator Corbin:** Would that particular group have the most representatives?

**Ms. Kothawala:** Yes, by one. They have one more than the next group, which is Torstar.

**Senator Corbin:** So an organization like New Brunswick news, I think, the Irving conglomerate in New Brunswick, they would only have one?

**Ms. Kothawala:** They have one.

**Senator Corbin:** Even though they control a number of media, both dailies and weeklies and other stuff?

**Ms. Kothawala:** We deal only with dailies, so we are just looking at the circulation of daily newspapers in this country.

**Senator Corbin:** I understand. They have quite an impact in terms of — what is the total number of the directors?

**Ms. Kothawala:** It is 16.

**Senator Corbin:** CanWest has three, Torstar has two. That is five already. And who is next on the line?

**Ms. Kothawala:** Gesca, which is Power Corporation in Montreal.

**Senator Corbin:** That is *La Presse*?

**Ms. Kothawala:** Yes and their properties, *La Soleil*, *La Tribune* and a couple of other newspapers. We have *The Globe and Mail*. In fact our chairman, Phillip Crawley, is the publisher of *The Globe and Mail*. We have representation from Osprey as well as with Michael Sifton, our treasurer, and Fred Laflamme, publisher of the *Kingston Whig Standard*.

We have just changed our by-laws because we recently lost Quebecor. They used to have three members on our board. Currently, we have changed our bylaws to allow for a minimum of 12 to a maximum of 16. We are hoping that Quebecor in some form or another, or those Sun newspapers will eventually come back into the fold of the association. We do not want to have to change our bylaws again to allow for representation on the board. It is a flexible number to ensure that all of our members are represented on the board.

**Senator Corbin:** Do you have such a thing as a mission statement?

**Ms. Kothawala:** We do.

**Senator Corbin:** Is that available publicly?

**Mme Kothawala:** C'est en fonction de la diffusion nationale.

**Le sénateur Corbin:** Uniquement?

**Mme Kothawala:** C'est en fonction de la diffusion, donc c'est une sorte de représentation proportionnelle, et ensuite nous essayons de nous efforcer d'avoir un bon équilibre géographique.

**Le sénateur Corbin:** Est-ce que c'est ce groupe qui a le plus de représentants?

**Mme Kothawala:** Oui, ils en ont un de plus que le groupe suivant, Torstar.

**Le sénateur Corbin:** Donc une organisation comme New Brunswick news, le conglomerat Irving au Nouveau-Brunswick n'en a qu'un?

**Mme Kothawala:** Ils en ont un.

**Le sénateur Corbin:** Même s'ils contrôlent divers médias, des quotidiens, des hebdomadaires et autres?

**Mme Kothawala:** Nous ne nous occupons que des quotidiens, donc nous tenons compte de la diffusion des quotidiens au Canada.

**Le sénateur Corbin:** Je comprends. Ils ont un poids considérable... quel est le nombre total de directeurs?

**Mme Kothawala:** Seize.

**Le sénateur Corbin:** CanWest en a trois, Torstar deux. Cela fait déjà cinq. Qui y a-t-il d'autre?

**Mme Kothawala:** Gesca, c'est-à-dire Power Corporation à Montréal.

**Le sénateur Corbin:** C'est *La Presse*?

**Mme Kothawala:** Oui, avec ses propriétés, *Le Soleil*, *La Tribune* et quelques autres journaux. Nous avons le *Globe and Mail*. En fait, notre président, Phillip Crawley, est l'éditeur du *Globe and Mail*. Nous avons une représentation d'Osprey aussi avec Michael Sifton, notre trésorier, et Fred Laflamme, éditeur du *Kingston Whig Standard*.

Nous venons de modifier notre règlement parce que nous avons récemment perdu Quebecor. Ils avaient trois membres à notre conseil. Nous avons modifié notre règlement pour que le nombre passe d'un minimum de 12 à un maximum de 16. Nous espérons que Quebecor ou que les journaux Sun reviendront un jour sous une forme ou sous une autre dans le giron de l'association. Nous ne voudrions pas être obligés de changer de nouveau notre règlement pour assurer la représentation au conseil. Nous avons un chiffre souple pour pouvoir représenter tout le monde au conseil.

**Le sénateur Corbin:** Avez-vous un exposé de mission?

**Mme Kothawala:** Oui.

**Le sénateur Corbin:** Il est public?

**Ms. Kothawala:** It is. I have a couple of documents that I will happily table with the clerk. I wanted to see if other issues came up in our discussion, and if there were any other stats and figures that the senators required, I could provide those. I also brought along a booklet, which is our profile, that gives a good summary of the newspaper industry in Canada, which I thought might be of value.

We do have a statement of principles that was drafted in 1996 when the association was formed. These are important principles by which our members guide their activities and talk about accuracy, fairness and community responsibility. I will also leave a copy of that document.

**The Chairman:** I have a long list of data that I was wondering if you could provide. First of all, how far back do NAD Bank numbers go?

**Ms. Kothawala:** That is a good question. I would say probably the early 1980s.

**The Chairman:** Could you provide that to the committee?

**Ms. Kothawala:** Readership numbers?

**The Chairman:** Full NAD Bank stuff for the past five years, and then perhaps preceding every five years back to how far it goes.

**Ms. Kothawala:** In five-year chunks?

**The Chairman:** In five-year chunks up until five years ago and after that, yearly. This will be a voluminous box, I expect, but it will be very useful for us.

**Ms. Kothawala:** That is not a problem.

**The Chairman:** Could you talk a little about where circulation and readership stand now? You talked about the shift from regular to occasional readers, for example. On average, what proportion of newspaper readership now is occasional?

**Ms. Kothawala:** What we are seeing — the latest NAD Bank figures for 2002 — are 54 per cent of Canadians read a newspaper yesterday, whereas 81 per cent of Canadians read a newspaper in the last week.

Again, as I noted, our bigger problem is with the fact that Canadians are not reading newspapers as often as they once did. Many newspapers have undertaken many surveys to try and find out what the issue is. I know some honourable senators have their own opinions as to what those issues might be. Time and again, we are finding out from readers that the real issue for them is lack of time.

**The Chairman:** It has been lack of time since I was a pup. There was never time, but still when I was a pup, more people were reading newspapers than they are now. One wonders if there is not something more profound long-haul at work here.

What about readership as distinct from circulation? Also, upon which of those two does a newspaper's financial health depend?

**Mme Kothawala:** Oui. J'ai quelques documents que je me ferai un plaisir de communiquer au greffier. Je voulais voir s'il y aurait d'autres questions dans le débat, et si les sénateurs ont besoin d'autres statistiques ou d'autres chiffres, je pourrais les leur communiquer. J'ai aussi apporté une brochure qui présente notre profil et donne un assez bon résumé de l'industrie des journaux au Canada. J'ai pensé que ce serait utile.

Nous avons un exposé de principes qui a été rédigé en 1996 lors de la création de l'association. Ce sont des principes importants qui guident les activités de nos membres et qui parlent d'exactitude, d'équité et de responsabilité communautaire. Je vais aussi vous laisser un exemplaire de ce document.

**La présidente:** J'ai toute une liste de données que j'aurais bien aimé vous demander. Tout d'abord, jusqu'à quand remontent les chiffres de la banque de données?

**Mme Kothawala:** C'est une bonne question. Je dirais que cela remonte jusqu'au début des années 80.

**La présidente:** Pourriez-vous donner cela au comité?

**Mme Kothawala:** Les nombres de lecteurs?

**La présidente:** Toutes les informations de cette banque de données depuis cinq ans, et ensuite peut-être toutes les cinq années précédentes en remontant le plus loin possible.

**Mme Kothawala:** Par blocs de cinq ans?

**La présidente:** Par blocs de cinq ans jusqu'à il y a cinq ans et par année pour ces cinq dernières années. J'imagine que ce sera assez volumineux, mais cela nous sera très utile.

**Mme Kothawala:** Ce n'est pas un problème.

**La présidente:** Pourriez-vous nous faire un peu le point de la diffusion et du nombre de lecteurs actuellement? Vous avez par exemple parlé des gens qui lisent moins régulièrement le journal. En moyenne, quelle est la proportion des lecteurs qui ne lisent le journal qu'occasionnellement?

**Mme Kothawala:** D'après les derniers chiffres de la banque de données pour 2002, 54 p. 100 des Canadiens ont lu un journal hier, alors que 81 p. 100 ont lu un journal la semaine dernière.

Encore une fois, comme je vous l'ai dit, notre principal problème vient de ce que les Canadiens ne lisent plus les journaux aussi souvent qu'autrefois. Plusieurs journaux ont fait des enquêtes pour essayer de le comprendre. Je sais que les honorables sénateurs ont leur idée sur ces problèmes. La raison qu'invoquent sans arrêt les lecteurs, c'est le manque de temps.

**La présidente:** C'était déjà un problème quand j'étais au berceau. On n'avait pas le temps, mais pourtant à cette époque-là les gens lisaient plus le journal que maintenant. On peut se demander s'il n'y a pas quelque chose de plus profond en jeu ici.

Y a-t-il une distinction à faire entre les lecteurs et la diffusion? Et duquel de ces deux éléments dépend la santé financière d'un journal?



**Ms. Kothawala:** I think readership is probably the more important currency, because it gives you a better sense of who's reading your newspaper — not only how many people, but more importantly, who is reading your newspaper. From the perspective of the advertiser, that is very important. Generally, the profile of a newspaper reader is someone who is fairly well educated and higher income. These are people that advertisers are interested in getting their message out to. That has become really the main currency by which to base your readership. Like magazines — in offices, for example — you have the one copy of the newspaper that is circulated and shared amongst many staff. Again, circulation does not necessarily get at that pass-along readership.

**The Chairman:** Will you be able to give us data for both?

**Ms. Kothawala:** For both, absolutely.

**The Chairman:** Terrific.

**Senator Graham:** I have a supplementary on the financial aspect.

**The Chairman:** Could I just run down my list? Do you have any data on the number of journalists employed by your members?

**Ms. Kothawala:** I could certainly get that. That is not something that we collect as a matter of course, but it would be a matter of phoning my individual members.

**The Chairman:** That would be really helpful, so would any indication of trends over time — let us say over the past 10 or even 15 years, if that were available. That would be extremely helpful.

I know that some of your members will say that some of these numbers are misleading because job definitions change. Nonetheless, any information that we can get of this nature will be helpful to us. I would ask you to do your best effort at finding what you can. It may take a little while, but we will probably not be sitting through the summer. When we come back in September, you will have the data for us — right?

**Ms. Kothawala:** Absolutely.

**The Chairman:** What is the CNA's budget?

**Ms. Kothawala:** Our budget is \$1.6 million.

**The Chairman:** How much did you lose when Quebecor left? How much did Quebecor save by leaving?

**Ms. Kothawala:** We lost \$400,000, which is why it is \$1.6 million. It used to be \$2 million.

**The Chairman:** Of the \$1.6 million, formerly \$2 million, how much is devoted to journalistic matters — notably the training, but any other journalistic matters that you do? What do you do, in general, as far as journalism is concerned, as distinct from advertising and readership and so on?

**Mme Kothawala:** Je pense que ce sont les lecteurs qui sont les plus importants, car cela permet de mieux savoir qui lit le journal — pas seulement le nombre de personnes, mais surtout le type de lecteurs. Du point de vue du publicitaire, c'est très important. En général, le lecteur de journal est quelqu'un d'assez bien éduqué avec un revenu assez élevé. C'est à ces gens-là que les publicitaires veulent faire passer leur message. Ces lecteurs sont le principal élément de référence. Comme dans le cas des revues — dans les bureaux, par exemple — il y a l'exemplaire du journal qui circule d'une personne à l'autre dans le personnel. Encore une fois, la diffusion ne tient pas compte de ces multiples lecteurs.

**La présidente:** Pourriez-vous nous donner les chiffres pour les deux?

**Mme Kothawala:** Pour les deux, oui.

**La présidente:** Parfait.

**Le sénateur Graham:** J'ai une question supplémentaire sur l'aspect financier.

**La présidente:** Pourrais-je terminer ma liste? Avez-vous des données sur le nombre de journalistes employés par vos membres?

**Mme Kothawala:** Je pourrais vous les obtenir. Cela ne fait pas partie des informations que nous recueillons normalement, mais il me suffira de téléphoner aux membres.

**La présidente:** Ce serait très utile, et ce serait très utile aussi d'avoir une idée des tendances, disons depuis 10 ou 15 ans, si possible. Ce serait extrêmement utile.

Je sais que certains de vos membres diront que ces chiffres peuvent être trompeurs parce que les définitions des fonctions évoluent. Néanmoins, toute information de ce genre nous sera utile. Je vous invite donc à faire tout votre possible pour les obtenir. Cela vous prendra sans doute un peu de temps, mais nous n'allons probablement pas siéger cet été. À notre retour en septembre, vous pourrez nous donner ces informations, n'est-ce pas?

**Mme Kothawala:** Certainement.

**La présidente:** Quel est le budget de l'ACJ?

**Mme Kothawala:** Nous avons un budget de 1,6 million de dollars.

**La présidente:** Combien avez-vous perdu quand Quebecor est parti? Combien Quebecor a-t-il économisé en partant?

**Mme Kothawala:** Nous avons perdu 400 000 \$, et c'est pour ça que le budget est de 1,6 million de dollars. Il était de 2 millions auparavant.

**La présidente:** Sur ce montant de 1,6 million de dollars qui était auparavant de 2 millions, combien d'argent est consacré à des questions de journalisme — notamment la formation, mais aussi les autres questions de journalisme? Que faites-vous en général en matière de journalisme, par opposition à la publicité et aux lecteurs, et cetera?

**Ms. Kothawala:** We administer, as you are aware, the National Newspaper Awards. We also are the body that administers any of the programs that are offered through the Canadian Association of Newspaper Editors, CANE. We provide a number of editorial tips, best practices. We move that information around the country. That is something that our members really find value in, particularly some of the smaller members who are able to see what some of the larger members who have more resources available to them have been able to do and what has worked and what has not. We also do seminars and training. I would say maybe 25 per cent of our budget would be devoted to those issues.

**The Chairman:** Also, when you are sending your large box of material to the committee, would you include samples of the tips, the best practices, communications and the list of the seminars that you have conducted recently, and that you plan to conduct?

This is my last question. You referred to the American research on cross-ownership, and its apparent impact or otherwise on news coverage. However, the American markets are not, in many ways, the same as the Canadian markets. What Canadian research is there on this subject?

**Ms. Kothawala:** It is still so new that there has not really been any Canadian research that I am aware of. It is interesting because I mentioned that I was out of the country last week. This was the first conference that I attended of the World Association of Newspapers, which brings together over 120 countries from around the world, talking about important issues that newspapers are dealing with. Not surprisingly, one of the big themes was cross-ownership and convergence, and a number of countries are moving in that direction. One of the other documents that I will table — there was a presentation from a woman who is a senior vice-president with the Gannett Company. She provided a table that looks at the cultural and business differences of newspapers versus television. She divides it into marketplace differences, the decision-making process, how they analyze performance, the measurements of success and determining what is news. There is a stark contrast between the ways in which newspapers and television operate. Trying to merge these two obviously has its challenges. Canadian companies are working through those issues, as are companies around the world.

To answer your question, I do not have specific research in Canada. I have anecdotal information in terms of talking about the growth of public affairs programming and strengthened local news. Certainly, a number of our members have done their own proprietary research but whether they are willing to share that, I do not know. Obviously, they must be out in the marketplace constantly to determine whether their product offering is meeting the needs of consumers. Are more people reading their newspaper product? Are more people watching their television news or public affairs programming? I can see whether some of that information is available to be shared.

**Mme Kothawala:** Comme vous le savez, nous administrons le Concours canadien de journalisme. Nous administrons aussi les programmes proposés par la Canadian Association of Newspaper Editors, la CANE. Nous proposons des conseils éditoriaux, des pratiques exemplaires. Nous diffusons cette information dans tout le pays. Nos membres trouvent que c'est très utile, notamment les petits journaux qui voient ce que les membres plus importants ont pu faire avec des ressources plus importantes et ce qui a marché ou ce qui n'a pas marché. Nous organiserons des colloques et des séances de formation. Disons que 25 p. 100 environ de notre budget est consacré à ce genre de choses.

**La présidente:** Et, quand vous allez nous envoyer votre gros carton de documents, pourriez-vous y inclure quelques exemples de ces suggestions, de ces pratiques exemplaires, de ces communications et des colloques que vous avez organisés récemment et que vous avez l'intention d'organiser?

Voici ma dernière question. Vous avez parlé des recherches aux États-Unis sur la propriété croisée et ses répercussions apparentes ou autres sur la couverture médiatique. Or, les marchés américains sont différents à bien des égards du marché canadien. Que donnent les recherches canadiennes sur cette question?

**Mme Kothawala:** C'est encore très nouveau et il n'y a pas encore eu de recherche canadienne à ma connaissance. C'est intéressant parce que je vous ai dit que j'étais à l'étranger la semaine passée. C'était la première fois que j'assistais à une conférence de l'Association mondiale des journaux qui regroupe les journaux de plus de 120 pays pour parler des questions importantes dont ils traitent. Naturellement, l'un des grands thèmes a été la propriété croisée et la convergence, et plusieurs pays s'orientent dans cette direction. Je vais déposer un autre document qui est l'exposé fait par une femme qui est vice-présidente principale de Gannett Compagny. Elle nous a présenté un tableau montrant les différences culturelles et commerciales entre les journaux et la télévision. Elle ventile cela en différences de marché, différences de processus décisionnel, analyse du rendement, mesures du succès et détermination de ce qui constitue l'actualité. Les journaux et la télévision fonctionnent de manière singulièrement différente. Il est loin d'être évident qu'on essaie de fusionner les deux. Les entreprises canadiennes se penchent sur ces problèmes, comme d'autres entreprises à l'étranger.

Pour répondre à votre question, je n'ai pas de recherche particulière sur le Canada. J'ai des informations anecdotiques sur la croissance des programmes consacrés aux affaires publiques et des informations d'actualité locale. Plusieurs de nos membres ont fait leur propre recherche mais je ne suis pas sûre qu'ils soient prêts à nous en communiquer les résultats. Ils doivent évidemment constamment suivre le marché pour savoir si leur produit répond bien aux besoins des consommateurs. Est-ce qu'il y a plus de lecteurs de leur journal? Est-ce qu'il y a plus de gens qui regardent les informations ou les émissions sur les affaires publiques à la télévision? Je peux essayer de voir dans quelle mesure nous pourrions partager une partie de ces informations.



**The Chairman:** I think I saw you holding that table from the vice-president of Gannett. Could you provide us with a copy of that?

**Ms. Kothawala:** Certainly, and that truly underscores the point.

**Senator Graham:** Could you tell us why Quebecor left? Could you give the committee any information with respect to the profitability of newspapers?

**Ms. Kothawala:** Certainly. First, in terms of Quebecor, the Canadian Newspaper Association is not unique. Quebecor has left a number of associations of which they were members. They have said that it had nothing to do with their representation from, or their happiness with, CNA. They were simply looking at cutting any costs they could and so we became a casualty, unfortunately.

**Senator Graham:** Could you provide the committee with any information in respect of the profitability of newspapers?

**Ms. Kothawala:** The general rule is that 80 per cent of revenues are from advertising and approximately 20 per cent are from circulation. Clearly, in harder economic times, a newspaper will be less profitable because the advertising economy is not as strong and so advertising revenues are in decline.

I am happy to provide some supplementary information. We measure this each year in terms of lineage and of revenues. We have a number of trends on such things as the ratio of national advertising, retail advertising and classified advertising. Clearly, classified ads have taken a hit. Thankfully, some of that has migrated to the Web sites of newspapers. Those papers that were not on the ball in establishing good Web sites right from the get-go, will now pay the price. The Internet lends itself well to that kind of advertising and so a number of newspapers are benefiting.

The year 2002 saw a small dip in advertising revenues. The early signs for 2003 are that we are beginning to notice a little recovery. Newspapers will be fairly strong in 2003.

**Senator Graham:** Are you at liberty to give us some hard figures?

**Ms. Kothawala:** Do you want hard figures for actual revenues?

**Senator Graham:** Yes — and for profitability.

**Ms. Kothawala:** I do not have those at hand but I can definitely send them along with the rest of the information.

**The Chairman:** Add that to your homework, if you would: revenues, lineage and information on profits. We had an interesting presentation last week from some financial analysts who gave us some estimates on EBITDA, earnings before interest, taxes, depreciation and amortization. It was 20 per cent at Torstar, 30 per cent for broadsheet and 40 per cent for community weeklies, but that is not your concern. This presumably excludes the *National Post*.

**La présidente:** J'ai vu que vous aviez à la main ce tableau de la vice-présidente de Gannett. Pourriez-vous nous en donner copie?

**Mme Kothawala:** Certainement, cela confirme ce que je vous dis.

**Le sénateur Graham:** Pourriez-vous nous dire pourquoi Quebecor est parti? Pourriez-vous nous parler de la rentabilité des journaux?

**Mme Kothawala:** Certainement. Tout d'abord pour Quebecor, le cas de l'Association canadienne des journaux n'est pas unique. Quebecor a quitté plusieurs autres associations dont il était membre. Ils ont dit que cela n'avait rien à voir avec leur représentation à l'ACJ ou avec un mécontentement quelconque à l'égard de cette association. Ils voulaient simplement réduire leurs coûts et nous avons malheureusement été victime de ces restrictions.

**Le sénateur Graham:** Pourriez-vous nous donner des informations sur la rentabilité des journaux?

**Mme Kothawala:** En gros, 80 p. 100 des recettes proviennent de la publicité et 20 p. 100 de la diffusion. Naturellement, en période de difficultés économiques, les journaux sont moins rentables parce que la publicité marche moins bien, et les recettes publicitaires diminuent.

Je peux volontiers vous donner des informations supplémentaires. Nous évaluons cela chaque année en termes de provenance et de recettes. Nous avons plusieurs courbes sur des choses comme le pourcentage de publicité nationale, de publicité au détail et d'annonces classées. Il est certain que les petites annonces ont beaucoup souffert. Heureusement, une bonne partie se sont reportées sur les sites Web des journaux. Les journaux qui n'ont pas su saisir la balle au bond en se dotant tout de suite d'un bon site web vont maintenant en payer le prix. L'Internet se prête bien à ce genre de publicité et plusieurs journaux en profitent.

En 2002, il y a eu un léger fléchissement des recettes de publicité. Les premiers indices pour 2003 annoncent un début de reprise. Les journaux vont manifester une certaine vigueur en 2003.

**Le sénateur Graham:** Est-ce que vous pouvez nous donner des chiffres précis?

**Mme Kothawala:** Vous voulez des chiffres précis sur les recettes réelles?

**Le sénateur Graham:** Oui — et sur la rentabilité.

**Mme Kothawala:** Je ne les ai pas sous la main, mais je pourrais vous les envoyer avec les autres renseignements.

**La présidente:** Ajouter cela à vos devoirs, si vous pouvez: les recettes, les liens de filiation et les renseignements sur les profits. La semaine dernière, des analystes financiers nous ont fait un exposé intéressant où ils donnaient une estimation de l'excédent brut d'exploitation, qui était de 20 p. 100 à Torstar, de 30 p. 100 pour les journaux grand format et de 40 p. 100 pour les hebdomadaires communautaires, mais cela ne vous concerne pas. Je suppose que les chiffres excluaient le *National Post*.

**Ms. Kothawala:** To the extent that those are public companies, that information would be available and I would be happy to provide it to the committee.

**Senator Corbin:** I have three brief questions: Do you provide legal assistance or advise your membership?

**Ms. Kothawala:** Yes, we do, in the sense that we send out a legal affairs bulletin, *The Press and the Courts*, to the lawyers in our industry who represent the various companies. In that way, they are apprised of activities across Canada, whether it be labour laws or developments in Charter cases. We exchange information with our members to ensure that they are current on all legal developments. As I said, a number of laws have an effect on the newspaper publishing business and so we must ensure that we know what is happening throughout the country.

**Senator Corbin:** I know that weeklies are not your bailiwick but weeklies have been particularly hard hit by the GST and Canada Post rates; and you mentioned the GST earlier. Could you give me a figure of the savings that would accrue to the dailies if the GST or the PST were to disappear?

**Ms. Kothawala:** Again, that is a good question and I can certainly follow up. I would not have the figure at hand but I will add that to my list.

**The Chairman:** There would be two elements involved: One would be the savings to the consumer — the readers — and there might be some actual saving to the newspapers as well in terms of administration.

**Senator Corbin:** Were you suggesting that you would have a bigger readership if you did not have the GST?

**Ms. Kothawala:** That is correct.

**Senator Corbin:** Have you done studies to that effect?

**Ms. Kothawala:** We have done studies that particularly looked at the impact that the GST had on readership and circulation. Keep in mind that we are not just talking about the GST because Atlantic Canada has a blended tax. We are actually talking about both levels of tax — GST and PST, with the exception of Alberta and Ontario, where there is no PST on newspapers.

**Senator Corbin:** A final brief question: What percentage does Canada Post represent in terms of circulation? How much circulation is handled by the post office?

**Ms. Kothawala:** Again, I do not have the figure off the top of my head but I will endeavour to obtain it for you.

**Senator Corbin:** Canada Post policies over the years have had quite an impact on the circulation of printed material, especially weeklies. I am not so sure about dailies but I would like to have a good picture of that.

**The Chairman:** We will also want to hear from community papers, which probably have that information right at their fingertips.

**Mme Kothawala:** Dans la mesure où ce sont des sociétés cotées en Bourse, l'information devrait être disponible et je serais heureuse de la communiquer au comité.

**Le sénateur Corbin:** Je voudrais vous poser trois courtes questions: est-ce que vous proposez de l'aide judiciaire ou des conseils à vos membres?

**Mme Kothawala:** Oui, effectivement, nous envoyons un bulletin d'affaires juridiques intitulé *The Press and the Courts* aux avocats qui représentent nos membres. Ils sont ainsi informés de toutes les activités en cours au Canada, que ce soit en droit du travail ou dans les affaires fondées sur la Charte. Nous échangeons de l'information avec nos membres pour faire en sorte qu'ils soient au courant de toute l'actualité juridique. Comme je l'ai dit, la presse est régie par plusieurs lois et nous devons tous nous informer de ce qui se passe dans l'ensemble du pays.

**Le sénateur Corbin:** Je sais que les hebdomadaires ne sont pas de votre compétence, mais ils ont été frappés très sévèrement par la TPS et par les tarifs de Postes Canada; vous avez parlé tout à l'heure de la TPS. Pouvez-vous me donner une idée des économies que réaliseraient les quotidiens grâce à la disparition de la TPS ou de la taxe provinciale?

**Mme Kothawala:** C'est une bonne question et je vais y donner suite. Je n'ai pas de chiffres à vous donner dans l'immédiat, mais j'ajoute cette demande à ma liste.

**La présidente:** Il y a deux éléments à considérer ici: tout d'abord les économies pour le consommateur ou le lecteur, et les économies en frais d'administration pour les journaux.

**Le sénateur Corbin:** Voulez-vous dire que vous auriez un plus de lecteurs s'il n'y avait pas de TPS?

**Mme Kothawala:** C'est bien cela.

**Le sénateur Corbin:** Avez-vous fait des recherches à ce sujet?

**Mme Kothawala:** Nous avons fait des recherches concernant l'effet de la TPS sur le nombre de lecteurs et la diffusion. N'oublions pas qu'il n'est pas seulement question de la TPS, puisque le Canada Atlantique applique une taxe de vente harmonisée. Nous parlons d'un double niveau de taxes, à savoir la TPS et la taxe provinciale, à l'exception de l'Alberta et de l'Ontario, où les journaux ne sont pas assujettis à la taxe provinciale.

**Le sénateur Corbin:** Une dernière courte question: en pourcentage, quelle est la part de diffusion assurée par Postes Canada?

**Mme Kothawala:** Je n'ai pas le chiffre sous la main, mais je vous le ferai parvenir.

**Le sénateur Corbin:** Les politiques de Postes Canada ont toujours eu une incidence marquée sur la diffusion des imprimés, en particulier des hebdomadaires. Je ne sais pas ce qu'il en est pour les quotidiens, mais j'aimerais bien en avoir une idée précise.

**La présidente:** Nous allons aussi entendre le point de vue des journaux communautaires, qui auront sans doute cette information sous la main.



**Ms. Kothawala:** That is fundamental to their business.

**Senator Carney:** I have a supplementary to your question on data and then one question. I am still not clear on whom your directors are, how many directors you have now and where do your association revenues come from? Is your \$2 million budget prorated on the basis of circulation?

**Ms. Kothawala:** That is correct.

**Senator Carney:** The big national dailies such as Torstar and CanWest Global pay the bulk of your costs.

**Ms. Kothawala:** That would be correct.

**Senator Carney:** My question deals with the impact of the Internet on newspaper circulation and revenues. You pointed out that 20 per cent of your newspaper revenues come from circulation. How are your members dealing with their charging consumers for print versions but it can be read for free on the Internet?

How do they cover those costs and how long can it continue? Youth are reading their news on the Internet, not in print. At what point will newspapers charge for Internet distribution of their news and how will they collect it?

**Ms. Kothawala:** That is a very topical issue that, again, is being debated around the world in terms of subscription-based Internet newspapers. There are a number of companies that have done that successfully, including a few Canadian companies.

The *Kitchener-Waterloo Record* recently went to a subscription base for their version of the newspaper. From what I understand, it was quite a seamless progression. They did not get a great deal of push-back from consumers. They were happy to pay a fair price for the ability to access the newspaper on-line.

It is still in the early days. First, newspapers had to show that they could get it right and that they could ensure that they were extending the strength of their brand. Now that readers want it and they turn to it is the time to start looking at charges.

**Senator Carney:** Every newspaper has a Web site and disseminates the same information for free as they charge for print. What are they doing today? Are they financing that out of their general revenues and just writing it off.

**Ms. Kothawala:** That is right.

**Senator Carney:** Surely, there must be some clearer plans among your members about when they will charge for it. There must be some forecasting.

**Ms. Kothawala:** I am not privy to the business plans of my members. I can share with you newspapers that have already moved in that direction. I know that there are others than the *Kitchener-Waterloo Record*. It is fresh in my mind because they

**Mme Kothawala:** Pour eux, c'est une donnée d'affaires essentielle.

**Le sénateur Carney:** Je voudrais poser une question supplémentaire sur les données, avant de passer à ma propre question. Je ne sais toujours pas exactement qui sont vos directeurs, combien ils sont actuellement ni d'où votre association tire ses revenus. Est-ce que votre budget de deux millions de dollars est réparti au prorata de la diffusion?

**Mme Kothawala:** C'est cela.

**Le sénateur Carney:** Ce sont les grands quotidiens nationaux comme Torstar et CanWest Global qui assument l'essentiel de vos coûts.

**Mme Kothawala:** Effectivement.

**Le sénateur Carney:** Parlons de l'incidence d'Internet sur la diffusion et les recettes des journaux. Vous dites que 20 p. 100 des recettes des journaux proviennent de leur diffusion. Comment vos membres déterminent-ils le prix à facturer aux consommateurs pour les versions imprimées, alors qu'ils peuvent lire les journaux gratuitement sur Internet?

Comment les journaux parviennent-ils à couvrir leurs coûts et cette situation pourra-t-elle durer pendant longtemps? Les jeunes lisent les journaux sur Internet, et non pas en version imprimée. Les journaux ont-ils l'intention de facturer la consultation de leurs nouvelles sur Internet, et comment veulent-ils se faire payer?

**Mme Kothawala:** C'est une question d'actualité qui fait l'objet d'un débat à l'échelle planétaire. On parle d'abonnement sur Internet. Plusieurs journaux l'ont fait avec succès, y compris quelques journaux canadiens.

Récemment le *Kitchener-Waterloo Record* a lancé une formule d'abonnement à sa version Internet du journal. Pour autant que je sache, il a connu une progression continue. Les consommateurs n'ont pas eu de réaction négative. Ils étaient heureux d'acquitter un prix raisonnable pour pouvoir accéder à leur journal en direct.

On en est encore au tout début. Tout d'abord, les journaux ont dû faire leurs preuves et montrer que leur image était solide. Les lecteurs ont donné leur accord, et il est temps maintenant d'envisager des frais.

**Le sénateur Carney:** Chaque journal a son site Web, où il donne gratuitement la même information que celle qu'il vend dans sa version imprimée. Que font les journaux aujourd'hui? Est-ce qu'ils financent leurs activités Internet à partir de l'ensemble de leurs recettes, quitte à les passer par profits et pertes.

**Mme Kothawala:** C'est cela.

**Le sénateur Carney:** Vos membres ont certainement des plans plus précis d'imposition de frais. Ils ont dû faire des prévisions.

**Mme Kothawala:** Je ne suis pas au courant des plans d'affaires de nos membres. Je peux vous parler de certains journaux qui se sont déjà engagés sur cette voie. Le *Kitchener Waterloo Record* n'est pas le seul. J'ai cet exemple à l'esprit parce que c'est une

have been quite successful. A number of newspapers have introduced that model quite successfully, including the *New York Times*.

You are quite right. Over the long term, you need to ensure that there is a sustainable economic model there in order that newspapers continue to be relevant and to ensure that they are being paid.

**Senator Carney:** You said that the youth do not get their information from the newspapers but rather from the Internet. Also, I get my subscription to the *New York Times* for free.

Surely your members have done much work on convergence. They might be able to give the committee information on the cost of Internet distribution of news. At what point do they anticipate charging for it?

**Ms. Kothawala:** One of the models that has worked quite well is on the classified side. You are finding much up-selling in terms of combining. If you want to have a classified listing in the newspaper, for an additional \$2.50 or \$3, we would throw that on-line as well.

That has been one of the measures that has been successful in terms of recouping some of that. I will provide you with further information.

**The Chairman:** Do you know how much the *Kitchener-Waterloo Record* is charging?

**Ms. Kothawala:** I do not.

**The Chairman:** That is not really your job.

Second, from time to time people talk about the huge readership of the *New York Times* Internet version in Canada. It swamps the industry. Is this an urban myth. Is there any data to support that?

**Ms. Kothawala:** I believe there is data. I have seen figures bandied about that seem extraordinarily high. I am sure they are not manufactured. They must be based on research. Again, I would endeavour to get that number for you.

**The Chairman:** If you can, that would be helpful. I am not suggesting anyone makes them up. The figures sound as if they are based on misinterpretation.

It is a wonderful newspaper, but numbers that high? Anything you could give us would be great.

You said clearly that your membership is not in agreement on the matter of foreign ownership, so I will not ask you to take a position on it. However, we did have one witness last week who said that there is no evidence that there is a great tidal wave of foreign capital just waiting to sweep into Canada. Do you know anything about that? Do you have any evidence that foreign investors would be interested in coming in here, and if so, who?

réussite. Plusieurs journaux ont appliqué le même modèle avec succès, notamment le *New York Times*.

Vous avez tout à fait raison. À plus long terme, il faut veiller à mettre en place un modèle économique durable qui permettra aux journaux de conserver leur pertinence et de se faire rémunérer.

**Le sénateur Carney:** Vous dites que les jeunes se renseignent non pas dans les journaux, mais sur Internet. Moi, je suis abonnée gratuitement au *New York Times*.

Vos membres ont certainement beaucoup travaillé sur la convergence. Ils devraient pouvoir donner au comité des renseignements sur le coût de la diffusion des nouvelles par Internet. Quand ont-ils l'intention de la facturer?

**Mme Kothawala:** Le modèle des petites annonces donne d'excellents résultats. Les formules combinées se vendent très bien. Si on veut publier une petite annonce dans le journal, on peut obtenir sa diffusion sur Internet pour 2,50 \$ ou 3 \$ de plus.

C'est l'une des mesures qui a permis aux journaux de récupérer une partie de leurs frais. Je vous ferai parvenir les renseignements complémentaires à ce sujet.

**La présidente:** Savez-vous combien coûte l'abonnement à la version Internet du *Kitchener-Waterloo Record*?

**Mme Kothawala:** Non.

**La présidente:** Cela ne fait pas vraiment partie de vos attributions.

On entend parfois parler du vaste nombre de lecteurs de la version Internet du *New York Times* au Canada. Toute la presse s'en trouve pénalisée. Est-ce que c'est une légende urbaine? Est-ce des données le confirment?

**Mme Kothawala:** Je crois que ces données existent. J'ai vu annoncer des chiffres qui paraissent extrêmement élevés. Je suis sûre que ce n'est pas une invention. Ces chiffres doivent être fondés sur des recherches. Encore une fois, je m'engage à vous les faire parvenir.

**La présidente:** Cela nous sera très utile. Je ne veux pas dire que quelqu'un aurait inventé ces chiffres, mais ils donnent l'impression d'être fondés sur une interprétation fautive.

C'est sans doute un merveilleux journal, mais que penser de chiffres aussi élevés? Tout ce que vous pourrez nous montrer à ce sujet sera très apprécié.

Vous dites que vos membres ne sont pas d'accord sur la question de la propriété étrangère, et je ne vous demanderai donc pas de prendre position à ce sujet. Néanmoins, nous avons accueilli la semaine dernière un témoin selon lequel rien n'indique qu'il existe une lame de fond de capitaux étrangers qui n'attendent que l'occasion de submerger le Canada. Que savez-vous à ce propos? Y a-t-il des signes prouvant que des étrangers seraient disposés à investir au Canada et, dans ce cas, de qui s'agit-il?



**Ms. Kothawala:** It goes back a number of years. I remember that one of the big newspaper owners in the U.S. had written an Op-ed piece in the *Globe and Mail* basically talking about how if Canadian newspaper were to come up for sale and if he had the opportunity to purchase them, he would like it.

It was Tony Ritter. He had done a piece in the *Globe*. He had basically said that he would love to have the opportunity to be able to purchase a Canadian newspaper, but he could not. He viewed that as a real problem.

I am sure the analyst is better informed in these matters than I am in terms of understanding the market. That is one example of the interest in some of the U.S. properties that might be interested in purchasing Canadian titles.

**The Chairman:** Thank you very much, Ms. Kothawala. This has been an extremely useful session. The information that you will provide will be very useful.

**Ms. Kothawala:** I will be happy to provide that.

**The Chairman:** We are grateful for your time.

Our next witness, honourable senators, is Mr. Peter Kohl. Mr. Kohl has, in his career, worked as a general manager and a publisher for both Southam and Thompson and as President of the Quotidiens du Québec. He has also been a director and member of the executive committee of the Canadian Press, and the Ontario Press Council. In addition, he holds a newspaper award citation for editorial writing, which is something that is much to be applauded.

If you have had time to get yourself installed, Mr. Kohl, I welcome you to the committee. I am sorry but we have only 32 minutes with you. If you want to split it, you can give us 10 minutes of statement and 20 minutes of questions.

**Mr. Peter Kohl, As an individual:** Honourable senators, you have in your folders some thoughts I put together because I needed to get my mind organized. I am some time away from a personal experience in the newspaper business, but in this multimedia universe one, having been in the business, follows it closely.

The work of this committee is extremely important for our country. An informed citizenry is the absolute bedrock for the preservation of our democratic way of life. I wish more people could share that fundamental belief. It is extremely important the work you are setting out to do and I wish you success.

It would be useful if this committee were to take as one of its tasks the definition of what is meant by freedom of the press. You will hear many definitions. The one that bothers me the most right now is coming out of the media itself, particularly CanWest.

One CanWest executive has asked: "What makes journalists think that their freedom of speech is superior to mine?" That is an owner. Another said that freedom of the press means freedom

**Mme Kothawala:** C'est une question qui nous ramène plusieurs années en arrière. Je me souviens d'un gros propriétaire de journaux des États-Unis qui avait fait paraître, dans les opinions des lecteurs, du *Globe and Mail*, un article où il disait que si des journaux canadiens étaient à vendre, il aimerait en acheter s'il en avait l'occasion.

C'était Tony Ritter. Il avait fait paraître cet article dans le *Globe*. Il disait essentiellement qu'il aimerait avoir l'occasion d'acheter un journal canadien, mais que c'était impossible, et pour lui, c'était un véritable problème.

Je suis certaine que l'analyste connaît mieux ces questions que moi et qu'il comprend mieux le marché. Mais c'est un exemple de l'intérêt de certains propriétaires américains, qui aimeraient acheter des titres canadiens.

**La présidente:** Merci beaucoup, madame Kothawala. Cette séance a été très fructueuse. Et vous allez nous fournir une information très utile.

**Mme Kothawala:** Je vais vous la fournir avec plaisir.

**La présidente:** Merci d'avoir pris le temps de nous informer.

Honorables sénateurs, le témoin suivant est M. Peter Kohl qui, au cours de sa carrière, a été directeur général et éditeur à *Southam et à Thompson*, ainsi que président des Quotidiens du Québec. Il a également été directeur et membre du comité directeur de la Presse canadienne et du Conseil de presse de l'Ontario. En outre, il s'est vu décerner un prix de la presse pour ses éditoriaux, ce qui représente une distinction remarquable.

Si vous avez eu le temps de vous installer, monsieur Kohl, je voudrais vous souhaiter la bienvenue devant le comité. Je suis désolée, mais nous n'avons que 32 minutes à vous consacrer. Si vous voulez répartir cette période, je peux vous accorder 10 minutes pour votre exposé et il restera 20 minutes pour les questions.

**M. Peter Kohl, témoignage à titre personnel:** Honorables sénateurs, vous avez dans vos troussees d'information certaines réflexions que j'ai rassemblées parce que je tenais à organiser ma pensée. Mon expérience personnelle m'éloigne parfois de la presse, mais celui qui a déjà fait partie de l'univers multimédia continue à s'y intéresser de près.

Le travail de votre comité est très important pour notre pays. L'information des citoyens est le fondement absolu de la préservation de nos institutions démocratiques. J'aimerais que ce principe fondamental soit davantage reconnu. Le travail que vous vous apprêtez à faire est de la plus haute importance, et je vous souhaite les meilleures chances de succès.

Il serait utile que ce comité se donne notamment pour mission de définir ce qu'il faut entendre par liberté de la presse. On pourrait vous en donner de nombreuses définitions. Celle qui m'inquiète le plus actuellement vient directement des médias, et en particulier de CanWest.

Quelqu'un de CanWest a un jour demandé: «Qu'est-ce qui amène les journalistes à croire que leur liberté de parole est supérieure à la mienne?» C'était un propriétaire de presse.

from state interference. This is becoming very popular; this is what the media is deciding. Another belief is that the freedom of the press as a propriety right of the people is a subversive conclusion. You should address yourself to this because it could be the bedrock of your approach to asking questions of people. Do we have freedom of information and what are you doing to preserve it?

You have before you what Hugo Black said on the subject. I commend it to you. The problem is that in the current ownership, with cross-ownership now accepted, with convergence now accepted, with media owned by conglomerates, there are enormous grounds for conflict of interest. You can see it happening every day with owners entering the newsroom — particularly one owner — and instructing changes in copy. This is extremely dangerous for democracy. It upsets me enormously, as you can see.

The problem is, in this day of conglomerates and cross-ownership and convergence and multimedia, how do you have owners who understand the public responsibility to provide information that is free of interference? Editorial independence used to be the bedrock of the good media corporations. We have lost it or are losing it.

The threat to newspapers, I will not go on at length, you all know what is happening. What bothers me is the last two moves. CanWest, I do not know whether you like it or not, but CanWest has almost succeeded in destroying the finest news organization in Canada in the last century, Southam.

The most recent move is to take the national news reporting into Winnipeg. Presumably, all of the newspapers will have the national news. It is right down the corridors from the corridor of power. The last devastating move is they have decided that the publishers are in the way of them controlling their newsrooms, so they simply abolish the position of publisher.

One of the publisher's principal roles is to shield his news staff from the pressures that surround them all the time. People want news suppressed, people want news printed, they want it changed, and now the owners are in the game.

How do you change the mindset? Can regulations change the mindset of owners? I do not know. It is a huge question. I will deal with it, if you will give me a few minutes.

I have the advertisement for the new general manager of the Calgary paper, who got bounced. I do not know what he did. His newspaper is the only one that published my letter. He is gone. I do not think it is cause and effect, but it shows that newsroom was receptive. There is no publisher. The general manager reports to Winnipeg. His national news comes from Winnipeg. His role is development of editorial content, through working with the editor-in-chief and team.

Quelqu'un d'autre a dit que la liberté de la presse exige que le journaliste soit à l'abri de toute ingérence de l'État. C'est un point de vue qui commence à faire recette, et c'est l'avis des médias. D'autres estiment que la liberté de la presse considérée comme un droit de propriété de la population est une vision subversive de la réalité. Vous devriez vous y intéresser, car vous pourriez en faire le fondement des questions que vous allez poser. Est-ce que nous jouissons de la liberté de l'information, et que faisons-nous pour la préserver?

Vous pouvez consulter ce que Hugo Black a dit sur le sujet. Je vous le recommande. Actuellement, la participation croisée est une chose acceptée, la convergence également, et les médias étant propriété de conglomerats, il y a quantité de sources de conflits d'intérêts. Tous les jours, les propriétaires — et un en particulier — entrent dans la salle de presse et donnent des consignes pour modifier les textes. Cela est extrêmement dangereux pour la démocratie. Cela me trouble au plus haut point, comme vous pouvez le constater.

Avec donc les conglomerats, la participation croisée, la convergence et le multimédia, comment faire en sorte que les propriétaires comprennent la responsabilité qui leur incombe de fournir au public des informations qui soient libres d'ingérence. L'indépendance éditoriale était autrefois l'assise des bons médias. Cela n'existe plus ou est en train de disparaître.

Comme vous le connaissez tous, je ne vais pas m'étendre sur le sujet de la menace qui guette les journaux. Ce qui me trouble, ce sont les deux derniers événements. Quels que soient vos sentiments à l'égard de cet empire, CanWest a presque réussi à détruire l'une des meilleures organisations de presse que nous ayons connues au Canada depuis un siècle, Southam.

Tout récemment, on a concentré à Winnipeg le service de nouvelles national. On peut supposer que tous les quotidiens vont faire paraître les informations nationales. On se trouve désormais au bout de l'antichambre du pouvoir. Ensuite, on a décidé que les éditeurs empêchaient les propriétaires de contrôler la salle de presse de sorte qu'on a décidé de supprimer le poste d'éditeur.

Un des principaux rôles de l'éditeur est de protéger les journalistes des pressions sur eux constamment. On leur demande de taire certaines nouvelles, d'en imprimer d'autres, de les modifier, et voilà que les propriétaires se mettent de la partie.

Comment changer cette attitude? Une réglementation peut-elle changer l'attitude des propriétaires? Je n'en sais rien. C'est une vaste question. Si vous m'accordez quelques minutes, je vais vous en parler.

J'ai le texte de l'annonce pour le nouveau directeur général du journal de Calgary, car l'ancien a été licencié. Je ne sais pas ce qu'il avait fait. Son journal est le seul qui ait publié ma lettre. Il est parti. Je ne sais pas s'il y a un lien de cause à effet, mais cela prouve que les salles de presse sont à l'écoute. Il n'y a pas d'éditeur. Le directeur général rendait compte à Winnipeg. Ses nouvelles nationales lui viennent de Winnipeg. Son rôle est l'élaboration du contenu éditorial, en travaillant avec le rédacteur en chef et son équipe.



This man, in the past, has run the business part of the business. The newsroom and editorial staff respond to the publisher and they try keeping the business and news behind some kind of a firewall. It is really gone.

Then quickly, the Canadian media and the American empire — I think the CRIC-Globe survey shows clearly there is a difference in Canadians' viewpoints on the world. We are a distinct society. We are capable of behaving like one. Take the pressures for us to join the coalition of evil, or whatever they want to call it.

I think now we are getting more of our foreign news from Associated Press than we used to. The Canadian Press used to have five bureaus around the world. Now we have two, Washington and London. I think we are getting washed in our television, in our movies, in our books, with Americans. I think the newspapers are potentially one of the last barricades to allow Canadians to state their own beliefs, to find out what they believe and to get behind what they believe.

The preservation of content rules is extremely important. You are talking about whether Canadian media would be susceptible to purchase by the Americans. My guess is, you have BCE considering chucking CTV and *The Globe*. Do you not think that if that was put on the market and there was not some protection against Canadian-American ownership, that it would not be snapped up? It would, and one of our better news organizations goes down the tube.

I think the protection of Canadian media from foreign ownership is extremely important. I hope you will stand behind that.

I think the Canadian content rules are excellent. They have been a miracle for Canadian music. I cannot say much for Canadian television programming, but for Canadian music, it shows what you can do if you decide you want to do something.

The Competition Act right now is a disaster. It has done nothing and can do nothing. The commissioner was so distressed by his inability to stop the waves of conglomeration and mergers in 2000 and 2001 that he went to the Commons committee and said, "Please would you address yourself to the Competition Act. We need to get some safeguards in here." He was ignored. The result is, you have all the cases, which are laid out on page 5 of my brief.

What has happened is that the old test of detriment to the public interest went out the door in 1985. Since then the floodgates are open and we have had no protection. We have had no guidelines, no public policy. The only test the Competition Bureau has been able to apply under these rules is whether a merger or an acquisition has an effect on the advertising market in the newspaper business — not all business, newspaper business. Of course they failed every time. Just look at page 5. It is a disgrace and I suggest you address yourself to it.

Par le passé, cet homme occupait des affaires de l'entreprise. La salle de presse et le personnel éditorial rendent des comptes à l'éditeur et ils essaient de protéger au maximum l'entreprise et l'information. Tout cela n'existe plus.

Ensuite, rapidement, les médias canadiens et l'empire américain — l'enquête du *Globe* démontre qu'il y a une différence dans le regard que les Canadiens posent sur le monde. Nous sommes une société distincte. Nous sommes capables d'agir comme tel. Qu'on nous évite la pression d'adhérer à la coalition du mal, si c'est ainsi qu'on l'appelle.

Actuellement, de plus en plus d'informations étrangères nous parviennent par le truchement de la Associated Press. Autrefois, la Presse canadienne avait cinq bureaux dans le monde. Elle n'en a plus que deux, un à Washington et un à Londres. Je pense que nous sommes envahis par les Américains à la télévision, au cinéma et dans les livres que nous lisons. À mon avis, les journaux sont peut-être le dernier rempart permettant aux Canadiens d'exprimer leurs propres convictions, de se former une opinion et de la défendre.

Préserver les règles sur le contenu est capital. Vous vous demandez si les médias canadiens pourraient être achetés par les Américains. N'oublions pas que Power Corporation envisage d'acquérir CTV et *Globe*. Sans une certaine protection contre la propriété canado-américaine, ne pensez-vous pas que ces deux entités seraient vite emportées si elles étaient mises sur le marché? Assurément, et ainsi un de nos meilleurs organes d'information disparaîtrait.

Empêcher les médias canadiens de devenir propriété étrangère est capital. J'espère que vous allez tenir bon là-dessus.

Les règles sur le contenu canadien sont excellentes. Elles ont fait des miracles pour la musique canadienne. Je ne peux pas en dire autant de la programmation télévisuelle canadienne mais pour la musique canadienne, elles prouvent qu'on peut parvenir à ses fins si on décide de le faire.

La Loi sur la concurrence est actuellement désastreuse. Elle n'a pas permis d'accomplir quoi que ce soit et elle en est incapable. Le commissaire était tellement découragé face à son incapacité d'empêcher la multiplication des conglomerats et des fusions en 2000 et en 2001 qu'il a demandé au comité de la Chambre des communes de s'occuper de prévoir des garanties dans les dispositions de la Loi sur la concurrence. On ne l'a pas écouté. Par conséquent, il y a toutes ces affaires que j'énumère à la page 5 de mon mémoire.

En 1985, on s'est débarrassé du vieux critère qui déterminait si quelque chose était nuisible à l'intérêt public. Depuis, la barrière est ouverte et nous n'avons plus de protection. Nous n'avons pas de lignes directrices, pas de politique publique. Le Bureau de la concurrence en est réduit, en vertu des règles actuelles, à déterminer si une fusion ou une cession a une incidence sur le marché de la publicité des journaux — et seulement des journaux, non pas toutes les entreprises. Bien sûr, le Bureau n'y parvient jamais. Reportez-vous à la page 5, c'est honteux et vous devriez vous en occuper.

CRTC, I am on thin ground here because I am not really knowledgeable, but I cannot help but observe that the CRTC, up until recently, was talking about broadcast. It is the Broadcast Act they administer. This is another lapse. Why are we looking at the broadcast as different than other sources of information? They are not pooled. The CRTC now has pooled itself into newspaper advertising, not media advertising.

CRTC has confined itself, maybe by its legislation, with broadcasting. In this day and age, you cannot put them in pockets. We are in a very multimedia age, as you know.

In the August 2001, CRTC, faced with the CanWest Global acquisitions of Hollinger and Southam, and the BCE, CTV, and *The Globe and Mail* thing, introduced a statement of principles, which you will find in your package. They are trying to build a barrier between the newsrooms, in the conglomerate case, and between newspapers and television.

They are saying we have to have separate newsrooms responsible so we get diversity that way. I think, nice try, but when you have those newsrooms reporting to some bird in the same place, they can be separate but are they independent? How do you guarantee independence?

I think it was a nice try, but I think the convergence issue is long out of the barn. However, the CRTC is now beginning to think they should be paying attention to these issues of freedom of information. I would suggest strongly that you direct yourself to what may be done there.

I have developed some ideas, a number of ideas. What I am trying to address is —without having the state overtly enter the newsrooms which I think is very bad, but it is just as bad to have a small group of owners in the newsrooms — how do you deal with this? Can you deal with it with legislation? Can you change mindsets? I have come to the conclusion that you must get at this through public scrutiny. It has been said before by the Davey commission, the Kent commission, and some of other people have said the same thing. What kind of scrutiny? I have a very specific kind in mind.

I go back to my earlier comments on the definition of freedom of the press. What follows is predicated on my definition of what you might look at as a definition of freedom of the press, because it would stand the public and the media in good stead if there was a common definition.

My preference is to equate freedom of the press with freedom of information, meaning the right of the public to receive complete, fair, unbiased and accurate information from the media; and the media's obligation to provide this information from disclosed and known sources, and the media's right to be free from undue government interference.

Je ne m'aventurerai pas trop à parler du CRTC parce que je ne m'y connais pas vraiment, mais je ne peux pas m'empêcher de constater que jusqu'à tout récemment, le CRTC s'occupait de radiodiffusion. Le CRTC exécute la Loi sur la radiodiffusion. Voilà encore une anomalie. Pourquoi la radiodiffusion serait-elle considérée comme différente des autres sources d'information? Il n'y a pas de mise en commun. La Loi sur la concurrence intervient pour la publicité dans les journaux, et non pas la publicité dans les médias.

C'est peut-être à cause des dispositions législatives, mais le CRTC s'est borné aux questions de radiodiffusion. De nos jours, on ne peut pas compartimenter ainsi. Nous vivons à une époque très multimédia, comme vous le savez.

En août 2001, le CRTC, devant l'acquisition de Hollinger et Southam par CanWest Global et l'acquisition éventuelle de CTV et du *Globe and Mail* par Power Corporation, a diffusé une déclaration de principe, dont vous trouverez le texte dans votre trousse d'information. Le CRTC tente de d'ériger une barrière entre les salles de presse, dans le cas du conglomerat, et entre les journaux et la télévision.

Le Conseil préconise des salles de presse distinctes au nom de la diversité. C'est bien joli, mais quand ces salles de presse rendent compte à la même personne, d'accord, elles sont distinctes mais sont-elles indépendantes? Comment garantir l'indépendance?

C'est bien intentionné mais je pense que c'est déjà la débandade pour ce qui est de la convergence. Toutefois, le CRTC commence à se dire qu'il faudrait tenir compte des questions de liberté d'information. Je vous recommande vivement de vous pencher sur ce qui pourrait être fait à cet égard.

J'ai développé certaines idées. J'essaie de voir — sans que l'État pénètre ouvertement dans les salles de presse ce qui me paraîtrait tout à fait inapproprié, même si la concentration des salles de presse aux mains d'un petit groupe de propriétaires est tout aussi néfaste — comment résoudre cela? Par voie législative? En changeant les attitudes? J'en conclus qu'il faut s'attaquer au problème en faisant en sorte que le public pose des questions. Ce n'est pas nouveau car la commission Davey, la commission Kent, et bien d'autres gens, en disent autant. Quel genre de questions? J'ai quelque chose de très précis en tête.

Je reviens à ce que je disais tout à l'heure sur la définition de la liberté de la presse. Ce que je vais dire maintenant est fondé sur ma propre définition de la liberté de la presse, que je vous conseille de retenir, car il serait de bon aloi que le public et les médias aient une définition commune.

J'aurais tendance à assimiler la liberté de la presse à la liberté d'information, à savoir le droit du public de recevoir par l'intermédiaire des médias une information complète, équitable, objective et juste. De la même façon, l'obligation des médias de fournir cette information de bonnes sources et de sources révélées, et le droit des médias de ne pas subir d'ingérence gouvernementale indue.



The proviso, of course, is that the media are doing those things. How do you ensure that they are providing unbiased and complete information? For public education, you can say the education of media owners is the first place to start, but that is a little different matter. First of all, the one paper, the state paper that Patrick Watson suggested to you, is a bum idea. The one paper of opinion, and let the rest go free — I, along with a couple of other people, do not think it would work for two minutes.

On the undoing of cross-ownership, I would love to see it undone. Can you turn the clock back? Can you legislate retroactively? I guess it could be done, but do you think our politicians will do this? I have tried the minor way, like the commissioner of the Competition Bureau, to get Parliament to pay attention to these issues. The conclusion I have reluctantly come to is that concentration of the media is not just chilling ownership; it is not just chilling newsrooms, it is chilling our elected representatives. This is one reason I am very glad to see you people doing this, because you have a certain amount of freedom that elected representatives do not have.

Undo cross-ownership? I wish us good luck, but I do not think it is realistic. I hope you people will come up with things that can be achieved. I know what we would like to achieve; I could write that book, as could everyone here, but what can we achieve to ensure freedom of information? It is a complex world that has gathered around us for lack of any mechanisms to protect us.

Regarding public education, let us get the meaning of freedom of information out. Believe me, the Canadian public has been so lucky with its media until recently that they do not even know they are being, to use a polite phrase, screwed at the moment.

Rate the media and publish the ratings in the realm of publication. The prime vehicle I am thinking of is a freedom-of-information institute or something like that. It has been called a watchdog or an ombudsman. It has been called many things, but this is a little different. Its primary job would be to educate the public. Secondly, it would assess the condition and good health of the Canadian media, and report it, and compel publication of it, semi-annually. Ensure that the CRTC is obligated by legislation to take this whole freedom of information and the public good into account in any renewal of licences. This is where you will get scrutiny — you get scrutiny at every stage.

You put the Competition Bureau back into the business with the public interest test again and acquisition for everything from now on. If you want to get at the obstruction of the news in the media — particularly in newspapers — that is going on, the only way I think you can get someone where it hurts is through the broadcast licences.

You say to the CRTC, here is the new power. Here is what you will do from now on. We are going to get this body set up to report to you twice a year. What are the obstructions to freedom of information in this country? When you come to grant your licence, you must take the public interest into account when do you it, and you must have this report before you. Public scrutiny

Bien entendu, on suppose que les médias agissent de la sorte. Comment garantir qu'ils fournissent des renseignements objectifs et complets? Si l'on veut faire oeuvre éducative, il faut commencer d'abord et avant tout par les propriétaires de médias, mais ça c'est autre chose. Tout d'abord, le journal unique, le journal d'État que Patrick Watson a proposé, est une idée exécration. Un seul journal d'opinion et que le reste... Pour ma part, et je ne suis pas le seul, je ne pense pas que cela ait la moindre chance de fonctionner.

Je souhaiterais vivement que la propriété croisée soit abandonnée. Peut-on revenir en arrière? Peut-on légiférer rétroactivement? Je suppose que ce serait possible, mais est-ce que nos politiques y consentiraient? J'ai essayé d'une autre façon, comme demander au commissaire du Bureau de la concurrence de suggérer aux parlementaires de se pencher sur ces questions. J'en conclus, avec réticence, que la concentration des médias ne fait pas que scléroser la propriété, les salles de presse, mais elle sclérose également les élus. Voilà pourquoi je suis ravi que vous entrepreniez cette tâche, parce que vous jouissez d'une certaine liberté dont les élus ne disposent pas.

Démanteler la propriété croisée? J'aimerais bien mais je ne pense pas que ce soit réaliste. J'espère que vous aurez des suggestions réalisables. Nous savons ce que nous voulons accomplir. Comme chacun ici présent, je pourrais écrire un livre là-dessus, mais comment faire pour garantir la liberté d'information. Le monde autour de nous est devenu plus complexe en l'absence de mécanismes qui nous protègent.

Pour ce qui est de faire oeuvre éducative auprès du public, il faut expliquer ce qu'est la liberté d'information. Croyez-moi, le public canadien a eu tant de chances jusqu'à tout récemment qu'il ne sait même pas qu'actuellement il est en train de se faire avoir.

Il faudrait donner une cote aux médias et la publier dans la presse. Je songe comme principal instrument à un institut de la liberté d'information, ou quelque chose d'approchant. On appelle ça parfois un chien de garde ou un ombudsman. Quel que soit le titre, ici en l'occurrence c'est un peu différent. Le principal rôle de l'institut serait de faire oeuvre éducative auprès du public. Deuxièmement, l'institut évaluerait l'état de santé des médias canadiens et en ferait rapport avec obligation de diffuser ce rapport deux fois par an. Il faudrait veiller à ce que le CRTC soit obligé par disposition législative d'examiner, lors du renouvellement des licences, les répercussions pour la liberté d'information et le bien public. Et c'est là qu'on pourra poser des questions — poser des questions à toutes les étapes.

Il faudrait que le Bureau de la concurrence puisse de nouveau appliquer le critère de l'intérêt public pour toutes les acquisitions désormais. Si l'on veut surmonter l'obstruction dont souffre actuellement l'information — en particulier dans les journaux, c'est seulement grâce aux licences de radiodiffusion que l'on pourra appliquer des mesures musclées.

On conférerait donc au CRTC un nouveau pouvoir. Le Conseil aurait de nouvelles fonctions. Le CRTC mettrait sur pied cet institut qui présenterait un rapport deux fois par année. Quelles sont les obstructions à la liberté d'information au Canada? S'agissant de l'octroi de licences, il faut tenir compte du bien public et pouvoir se reporter à ce rapport. Maintenant, les

— if there is anything some of these media people do not want, it is this kind of discussion. There has not been a discussion on the health of the Canadian media that I can determine.

On the Canadian identity, for goodness sakes, we should maintain our Canadian ownership limits and our content rules. So far, that is the last bastion we have. Amend the Competition Act — I guess you know where I am going with that one — it is on page 9. Recreate the test of detriment to the public interest. Why should we not? That is what we are talking about. Why should the Competition Bureau be testing whether John and Sam will be competing for advertising dollars when the whole information system is being disrupted? It has nothing to do with advertising dollars. I care less about that than I do about being honestly informed.

With the CRTC, again, I would hope that you would recommend enshrining the separation of the newsroom with other kinds of protections in whatever act they have to create. Use a detriment to the public interest in all licensing decisions to have them obliged to take the report of this new instrument into account. In other words, you put the scrutiny in at the point of decision-making. We have not had this. We have not had it either with the Competition Bureau or with the CRTC.

The witness before was a very earnest person. She talked about the 1995 principles of interest and so on — it is in your paper somewhere. That was actually written in 1975 by the late Martin Goodman and Clark Davey in the editorial division of the old Publishers' Association. They introduced it over the dead bodies of the publishers. They threatened to resign as a committee and go public if they did not take it on.

When I went to the Internet, I was astonished to find this marvellous statement of freedom of the press. It talks about freedom of information. It talks about public responsibility. It talks about public trust. It talks about all the things you want to hear. If you can believe what you have been seeing, happening, if anyone read that thing, I would be absolutely astounded. They could not have read it. They could not do what they are doing if they had read it and believed it.

Within the media itself, I would suggest that all editorials be signed. Even though the national editorial policy is fuelled by public outcry, mostly from within the media, we all know what happens. If the owner wants certain things to happen, he just reassigns editorial page people, like at the *Montreal Gazette* — you know about that one.

**The Chairman:** No, actually. I must tell you, Mr. Kohl, that I ran their editorial page for 15 years and what you describe is not what happens.

**Mr. Kohl:** You ran it in the good old days. In the good days, it was not true. I started by saying, the best news organization going was Southam — you and I were lucky to work for it — because Southam overtly and publicly stated that part of their business was business and part of their business was to operate the news.

questions du public — dans le milieu des médias, il y a certaines personnes qui voient d'un très mauvais oeil ce genre de discussion. Il n'y a jamais eu de discussions sur la santé des médias canadiens, que je sache.

Au sujet de l'identité canadienne, pour l'amour du ciel, nous devrions maintenir nos limites sur la propriété et nos règles sur le contenu. C'est tout ce qu'il nous reste. Modifions la Loi sur la concurrence — et vous voyez où je veux en venir — c'est à la page 9. Ravivons le critère sur ce qui est nuisible pour la liberté d'information. Pourquoi pas? C'est précisément de cela qu'il s'agit. Pourquoi le Bureau de la concurrence se contenterait-il de vérifier si John et Sam vont se concurrencer pour obtenir les revenus de la publicité alors que tout le système d'information est bouleversé? Les revenus de la publicité n'ont rien à voir là-dedans. Cela m'importe moins que d'obtenir des informations honnêtes.

Pour revenir au CRTC, j'espère que vous allez recommander que les salles de presse soient distinctes, et cela assorti d'autres protections dans une éventuelle loi. Dans toutes les décisions concernant les licences, ce qui est nuisible à l'intérêt public devra intervenir pour forcer les protagonistes à tenir compte du rapport que présentera le nouvel instrument. En d'autres termes, les questions seront posées au moment de la prise de décision. Cela n'a pas encore été fait. Ni au Bureau de la concurrence ni au CRTC.

Le témoin qui a comparu avant moi était très sincère. Elle a parlé des principes d'intérêt de 1995, et cetera. — c'est dans le document quelque part. Cela a en fait été écrit en 1975 par le regretté Martin Goodman et Clark Davey de la division éditoriale de l'ancienne Association des éditeurs. Ils ont parlé de cela malgré l'opposition des éditeurs. Ils ont menacé de démissionner en tant que comité et de faire des révélations à moins que la recommandation ne soit retenue.

Quand j'ai consulté Internet, j'ai été renversé de découvrir cette merveilleuse déclaration de liberté de la presse. Il est question de liberté d'information. Il est question de responsabilité publique et de confiance du public. Il est question de toutes ces notions dont on veut entendre parler. Quand on sait ce qui s'est passé, et qu'on lit ce texte, on ne peut s'empêcher d'être renversé. Ces gens ne l'ont pas lu. Ils ne feraient pas ce qu'ils sont en train de faire s'ils l'avaient lu et s'ils y croyaient.

Selon moi, il faudrait que les tous les éditoriaux soient signés. Même si la politique éditoriale nationale est tributaire des protestations du public, essentiellement internes aux médias, nous savons tous ce qui se passe. Si le propriétaire veut que certaines choses se produisent, il redéploie le personnel éditorial, comme cela s'est vu au *Montreal Gazette* — et vous connaissez le cas.

**La présidente:** Non, en fait non. Monsieur Kohl, j'ai dirigé la page éditoriale pendant 15 ans et les choses ne se passaient pas comme vous les décrivez.

**M. Kohl:** C'était dans le bon vieux temps. Dans le bon vieux temps, ce n'était pas ainsi. J'ai dit au départ que le meilleur organe d'information était Southam — et vous et moi avons eu la chance d'y travailler — parce que Southam déclarait ouvertement et publiquement que d'une part il y avait une entreprise et d'autre



They had independent editorial departments at their newspapers because they believed they had a public trust function to perform. That is what I am saying is gone. You and I were lucky.

I was not so lucky when I hit Thompson, but Thompson just starved the newsroom. Russ Mills, when he testified here, said the same thing about Conrad Black, with a few exceptions. He worked with Southam, with Conrad and with me — I guess he heard something about Thompson. They never walked into the newsroom — well, Conrad did, but at least you knew he did it and he signed his stuff — but they did not dictate to their editorial departments. If they were not happy with them, they could sack them; but on a day-to-day basis, their editorial departments were honestly independent. There is no such thing any more. That is what has got me going.

I would suggest that every editorial be signed, as they are now in the Quebec media, because if they are going to come from somewhere, I would like to know where, please. I need to know who is addressing me — we all need to know who the hell is talking to me now. Are they talking to me from Winnipeg, or from office towers in Montreal or from New Brunswick or where?

I would require the editorials be signed, that news stories and op ed pieces emanating from the group news desks — you know what they are — be by-lined by the lead author, and their desk of origin disclosed. I have been looking at the *Montreal Gazette* recently, and the last couple of CanWest news opinion pieces have indeed said CanWest News and the writer's name. I would lock that into law so that at least you would know where they are coming from. That is important.

I would suggest that we require all media groups and individuals owning media to publish statements of principle dealing with freedom of information, quarterly and prominently. Take one-half page twice per year, or three or four times per year, for a statement of their principles and their obligation to the public. You may have noticed that the Quebec National Assembly last December passed a resolution unanimously asking Southam News, that is CanWest, to publish a statement of principles and commitment to news policy and diversity.

I do not know if anything can be done about press councils when the membership is partly media and partly public. When I was on the Ontario Press Council, there were two media representatives and the rest were prominent public members. The advantage of having news people on press councils is to tell the rest of the board how the system works. The disadvantage is that the watchdog is in there with the chickens. That is not always a healthy situation so I would suggest the freedom-of-information mandate be placed on the provincial councils, although I do not know how you would do that. Perhaps you could have them report yearly on how freedom of information is working in their provinces, and use the media representatives as non-voting

part il y avait la diffusion de l'information. Il y avait dans ces journaux des services éditoriaux indépendants parce qu'ils croyaient avoir un rôle sur le plan de la confiance du public. Voilà ce qui a disparu, selon moi. Vous et moi avons eu de la chance.

Je n'ai pas eu autant de chance quand je suis arrivé chez Thompson, parce que Thompson étouffait la salle de presse. Russ Mills, quand il a témoigné, a dit la même chose à propos de Conrad Black, à quelques exceptions près. Il avait travaillé pour Southam, avec Conrad et avec moi — et je suppose qu'il avait entendu parler de Thompson. Il n'était pas question alors d'entrer dans les salles de presse — même si Conrad l'a fait, mais au moins on savait qu'il le faisait car il signait ses articles — mais on ne dictait pas aux services éditoriaux quoi écrire. S'ils n'étaient pas contents, ils pouvaient toujours licencier le rédacteur en chef. Au jour le jour, les services éditoriaux étaient honnêtement indépendants. Cela n'existe plus. C'est ce qui m'irrite.

Je préconise que tous les éditoriaux soient signés, comme c'est le cas au Québec actuellement, car j'aimerais bien savoir d'où ils viennent. Je veux savoir qui s'adresse à moi — nous voulons tous savoir qui s'adresse à nous. Est-ce qu'on nous parle de Winnipeg, des grands bureaux de Montréal, du Nouveau-Brunswick, ou d'ailleurs?

Je préconise que les éditoriaux soient signés, que les articles et les rubriques d'opinion venant de la salle de rédaction — et vous savez de quoi je parle — soient signés par l'auteur principal, et qu'on révèle la ville d'origine. Récemment, en consultant la *Gazette* de Montréal, j'ai constaté que quelques rubriques d'opinion de CanWest signalaient l'origine, CanWest News et le nom du journaliste. Cela devrait faire l'objet d'une disposition législative pour que l'on sache à quoi s'en tenir. C'est important.

Je propose que l'on exige que tous les groupes médiatiques et tous les particuliers propriétaires de médias publient des déclarations de principes concernant la liberté d'information et que ces déclarations soient bien en vue et publiées trimestriellement. Deux fois par année, une demi-page, trois ou quatre fois par année, pour faire connaître sur leur déclaration de principes et leur obligation à l'égard du public. À l'Assemblée nationale du Québec, en décembre dernier, on a adopté à l'unanimité une résolution demandant à Southam News, c.-à-d. à CanWest, de publier une déclaration de principes et de s'engager à offrir une information diversifiée.

Je ne sais pas si l'on peut faire quelque chose en ce qui concerne les conseils de presse car les membres viennent en partie des médias et en partie du public. Quand je siégeais au conseil de presse de l'Ontario, nous étions deux représentants des médias et les autres étaient des notables. L'intérêt de faire siéger des journalistes au Conseil de presse est qu'ils peuvent renseigner les autres membres du conseil sur le fonctionnement du système. L'inconvénient est que le chien de garde est dans le même enclos que les poulets. Ce n'est pas toujours une situation idéale, mais je dirais qu'il faudrait que ce soit un conseil provincial qui s'occupe de protéger la liberté d'information, même si je ne sais pas comment cela pourrait fonctionner. On pourrait peut-être

advisors only, although I do not hold out much hope for the press council. I think that they do a reasonably decent job in handling public complaints but it is not exactly a free situation.

**The Chairman:** You covered an enormous amount of ground for us.

**Senator Phalen:** Mr. Kohl, I have raised this question to other witnesses and I will raise it now to you because you alluded to it on page 1 of your presentation. Who controls Canada's media conference? Mr. Russell Mills stated that the primary allegiance of good media companies must be the citizens of their communities and not to shareholders, advertisers or employees. Mr. Tom Kent, when before this committee, said that newspapers, because of their role in information that is vital to democracy, are not only businesses. You said, in the last sentence of the last paragraph on the first page of your submission, that the challenge will be for this committee to devise some non-government mechanism to protect the media from itself.

Could you elaborate on that and tell us how you think that might happen.

**Mr. Kohl:** I scored out to protect the media from itself because that was a shorthand comment. The challenge now seems to be for your committee to devise some non-governmental mechanism to ensure that the public good is served in this era of concentration and corporate narrow control, conglomerates and cross-ownership. That is what I proceeded to deal with — the mechanisms. How do you do that? You try to get this freedom of information institute up and running. You oblige the CRTC to do certain things and you enable the Competition Bureau to do certain things. You just go through the whole thing and set up the mechanisms so that the public interest comes up in each and every decision: Is this good and in the public interest? That is the only honest way that I can think of to regain some control of the situation that we have lost.

**Senator Phalen:** Who champions this? If it is not government, then who will do it? Who will set up the mechanism?

**Mr. Kohl:** That is a good question and I hope that honourable senators will give it some considerable thought. The optimum situation would be where there is a great deal of money to maintain arm's length — about \$200 million seed money. The system would live off that. Then, you would set up a trust fund to operate from that day forward so that it would not be beholden to the public. I do not see how you could do in any other way. Then the question is: Whom does it report to? If it reports to Parliament, does that make it political? If it reports to the Senate, does it make it less political? Does it report to the public? In other words, you set up the mechanisms to get as far away

demandeur un rapport annuel sur la liberté d'information dans chaque province, alors que les représentants des médias se borneraient à être des conseillers sans droit de vote, même si je ne me fais pas d'illusion sur les conseils de presse. Je pense qu'ils font un travail raisonnable en instruisant les plaintes du public mais la liberté n'est pas totale.

**La présidente:** Vous nous avez donné une quantité colossale d'idées.

**Le sénateur Phalen:** Monsieur Kohl, j'ai déjà posé cette question à d'autres témoins et je vous la pose maintenant à vous parce que vous en parlez à la première page de votre exposé. Qui contrôle la conférence des médias au Canada? M. Russell Mills a dit que la première allégeance des bons médias doit s'exercer envers les citoyens de leurs collectivités et non pas les actionnaires, les publicitaires ou les employés. M. Tom Kent, qui a comparu devant le comité, a dit que les journaux, étant donné le rôle vital qu'ils jouent en démocratie sur le plan de l'information, ne se bornent pas à être des entreprises. Vous dites, dans la dernière phrase du dernier paragraphe de la première page de votre mémoire, que le comité va devoir s'atteler à élaborer un mécanisme non gouvernemental pour protéger les médias contre eux-mêmes.

Pouvez-vous développer cette idée et nous dire comment cela pourrait se réaliser.

**M. Kohl:** J'ai dit qu'il fallait protéger les médias contre eux-mêmes parce que c'était une formule à l'emporte-pièce. Vous devez en tant que comité songer à un mécanisme non gouvernemental qui garantirait le bien public à une époque où tout n'est que concentration et contrôle étroit, conglomerat et propriété croisée. Ensuite, je me suis attaqué — aux mécanismes. Comment réaliser cela? Il faut tenter de mettre sur pied cet institut de la liberté d'information. Il faut obliger le CRTC à prendre certaines mesures et habiliter le Bureau de la concurrence dans d'autres domaines. Il faut tout revoir et mettre sur pied les mécanismes qui s'imposent de sorte que l'intérêt du public prime dans chaque décision: est-ce que cela est bon et sert l'intérêt public? C'est la seule façon honnête, que je sache, qui puisse nous permettre de reprendre le contrôle d'une situation qui nous échappe.

**Le sénateur Phalen:** Et qui se fera le défenseur de cette idée? Si ce n'est pas le gouvernement, qui alors? Qui va établir le mécanisme?

**M. Kohl:** C'est une bonne question. J'espère que les honorables sénateurs vont y réfléchir abondamment. La situation idéale serait une grosse somme d'argent pour maintenir l'indépendance — environ 200 millions de dollars au départ. Le système pourrait démarrer ainsi et ensuite, il y aurait un fonds de fiducie de sorte qu'il y aurait des comptes à rendre au public par la suite. Je ne vois pas comment on pourrait procéder autrement. La question qui se pose ensuite est la suivante: à qui l'institut ferait-il rapport? Si c'est au Parlement, cela signifie-t-il qu'il est politisé? Si c'est au Sénat, serait-il moins politisé? Doit-il faire rapport au public? En d'autres termes, les mécanismes doivent être conçus pour être le



from government as possible. You build firewalls but I do not think you could ever have a publicly funded body that would be absolutely free to go off into space. It is a delicate balance.

**Senator Carney:** First, let us establish for the record that there is nothing wrong with Winnipeg. You keep talking about Winnipeg and yet Winnipeg is a fine city.

**Senator Spivak:** Thank you.

**Senator Carney:** You are talking about centralized control so let us have that on the record. Am I correct?

**Mr. Kohl:** Yes, I am talking of Winnipeg as the current source of CanWest, currently the biggest sore in the media world, unfortunately, and I cannot deny that.

**Senator Carney:** I want to take a different tack for the sake of being the devil's advocate. You have told us that by removing the firewall of the publisher and replacing it with the general manager responsible for input to editorial policy, it would lead to biased news, lack of diversity and fewer voices, which is not in the national interest. In essence, under freedom of the press, there is no role for government beyond effective competition policy. There is no role for government in determining who says what, where, when, who and why, although I admire your suggested list of mechanisms. What is wrong with leaving it to the marketplace? In my case, the mail boat delivers four newspapers: the *Victoria Times-Colonist*, the *Vancouver Sun*, the *Vancouver Province*, the *National Post* and *The Globe and Mail*. Five newspapers come to my island by boat and four of them have much the same content, the *Victoria Times-Colonist*, the *Vancouver Sun*, the *Vancouver Province* and the *National Post* all have much the same kind of content.

**Mr. Kohl:** They have the same owner.

**Senator Carney:** Yes. I only buy one that is different, *The Globe and Mail* plus one local paper, either the *Vancouver Sun* or the *Victoria Times-Colonist*. Out of that basket of five papers, I am only choosing two because the others are redundant. If enough Canadians do that across the country, the market for one voice will diminish. No one wants to pick up two papers that are basically the same thing with the same newspaper artists, articles, editorials, columnists and drama critic. You do not need that. Logic tells us that that product will die on the vine. Why do we not just leave it to the marketplace?

**Mr. Kohl:** In my view, there are local monopolies that repeat your experience all across the country. If you go to Edmonton or Calgary you will find the same thing. If they are writing the national news from head office, then you will read the same thing in Victoria and in Vancouver in the two papers.

**Senator Carney:** My point is that I am not buying those papers because I do not need to have three or four versions of the same voice.

**Mr. Kohl:** You personally are not buying the others but if you go to Winnipeg you will hear a different opinion because the paper is not owned. It would be the same in Montreal,

plus indépendant possible du gouvernement. Il faut construire des pare-feux, mais je ne pense pas que l'on puisse créer une entité financée à même les deniers publics qui soit totalement libre de faire n'importe quoi. Il faut un juste équilibre.

**Le sénateur Carney:** Tout d'abord, il faut bien dire qu'on n'a rien à reprocher à Winnipeg. Vous parlez sans cesse de Winnipeg, mais Winnipeg est une ville tout à fait bien.

**Le sénateur Spivak:** Merci.

**Le sénateur Carney:** Vous parlez d'un contrôle centralisé et je veux le répéter pour mémoire. Est-ce que je me trompe?

**M. Kohl:** Je dis que Winnipeg est la source actuelle de CanWest, actuellement la plaie la plus lamentable dans le monde des médias, malheureusement, et je ne peux pas le nier.

**Le sénateur Carney:** Je voudrais aborder les choses sous un autre angle et me faire l'avocat du diable. Vous avez dit que si l'on retire le pare-feu en la personne de l'éditeur pour le remplacer par un directeur général chargé du contenu éditorial, l'information ne sera plus objective, elle ne sera plus diversifiée et il y aura moins de voix, ce qui ne va pas dans le sens de l'intérêt national. Essentiellement, avec la liberté de la presse, le gouvernement n'a aucun rôle à part maintenir une concurrence efficace. Le gouvernement n'a aucun rôle quand il s'agit de déterminer qui dit quoi, où, quand, comment, même si j'admire la liste des mécanismes que vous suggérez. Qu'y a-t-il de mal à laisser les forces du marché intervenir? Chez moi, le bateau facteur livre quatre journaux: le *Victoria Times-Colonist*, le *Vancouver Sun*, le *Vancouver Province*, le *National Post* et le *Globe and Mail*. Cinq journaux atteignent mon île par bateau et quatre d'entre eux ont sensiblement le même contenu, le *Victoria Times-Colonist*, le *Vancouver Sun*, le *Vancouver Province* et le *National Post*.

**M. Kohl:** C'est le même propriétaire.

**Le sénateur Carney:** Effectivement. Quant à moi, je n'achète que celui qui est différent, le *Globe and Mail* et un journal local, soit le *Vancouver Sun* ou le *Victoria Times-Colonist*. Dans ce panier de cinq journaux, j'en choisis deux car les autres font double emploi. Si assez de Canadiens faisaient la même chose au Canada, le marché pour une voix unique se rétrécirait. Personne ne veut deux journaux qui disent essentiellement la même chose, avec les mêmes artistes, articles, éditoriaux, chroniqueurs et critiques théâtrales. On n'a pas besoin de cela. Logiquement, un tel produit va s'éliminer de lui-même. Pourquoi ne pas laisser les forces du marché intervenir tout simplement?

**M. Kohl:** À mon avis, il y a des monopoles locaux qui perpétuent ce que vous vivez à l'échelle du pays. Que ce soit à Edmonton ou à Calgary, vous trouverez la même chose. Si un monopole rédige les informations nationales, vous lirez la même chose à Victoria et à Vancouver dans les deux journaux.

**Le sénateur Carney:** J'essaie d'expliquer que je n'achète pas ces journaux parce que je n'ai pas besoin de trois ou quatre versions de la même voix.

**M. Kohl:** Personnellement vous n'achetez pas les autres journaux, mais si vous allez à Winnipeg, vous entendrez un autre son de cloche parce que le journal n'a pas le même

Charlottetown and St. John because all of the provincial capitals except Quebec City and Winnipeg have one-owner newspapers and CTV, which covers 94 per cent of Canadian English language homes. My answer is that I do not think this is healthy for diversity of opinion. I do not think it is healthy when there is such a small ownership group in a position to establish our news agenda. What is important to the nation? In the good old days, the individual publishers operated independent news operations and editorial page operations. That is where diversity occurred. You could say that they were common owners, well they were. However, the owners had a different mindset. Since that mindset seems to have eroded, why not let free enterprise do it. Well, let us talk about Enron, for example.

**Senator Carney:** You have not answered my question. I have been a columnist and on the boards of newspapers. I am simply saying that as a consumer faced with five newspapers, four of which are saying the same thing, people should not buy them.

Out of five newspapers, I buy two. I do not want to hear the same voice that will be repeated, and read the same columnists. I do not buy it. I do not listen to the same columnists on television. I turn it off.

I am asking you, as a devil's advocate, why do you not just leave it to the marketplace? If you centralize and reduce the diversity of voices and just have one message, the consumer eventually may not buy it. They will buy the products that are diverse in giving news. They will buy the weekly newspaper on turn on the Internet. Why do you not let these centralized newspapers, such as CanWest, wither on the vine?

**The Chairman:** You have made your point. We are going into overtime.

**Mr. Kohl:** We come from different places. The public good is ill-served by having common voices out of small groups into every major city in Canada because the agenda of what we believe is important should not be set that way. The more there is diversity in voice, the better. I do not think it is healthy at all.

Usually in an undemocratic society, you get one voice in the news. We are now getting a handful.

We have four different corporate conglomerate owners in the news. They have huge interests that conflict with freedom of information.

I am suggesting that we would be better off as a democratic society to stay as unbiased and detached in the news across the country as possible. It is never possible to do entirely, but it should be done as much as possible.

propriétaire. De la même façon, à Montréal, à Charlottetown et à St. John parce que toutes les capitales provinciales, à l'exception de la ville de Québec et de Winnipeg, ont des journaux à propriétaire unique et CTV, qui couvre 94 p. 100 des foyers anglophones canadiens. Moi je dis que ce n'est pas sain pour la diversité d'opinions. Je ne pense pas qu'il soit sain qu'un petit groupe de propriétaires ait la possibilité de servir l'information. Qu'est-ce qui est important pour la nation? Dans le bon vieux temps, chaque éditeur avait deux services distincts: un service de nouvelles et un service éditorial. C'est alors que la diversité a sa place. Vous pourriez me répliquer qu'il y avait des propriétaires communs, et c'est vrai. Toutefois, les propriétaires avaient une autre attitude. Puisque cette attitude semble avoir disparu, pourquoi ne pas laisser la libre entreprise faire son chemin. Je vous répondrai: rappelez-vous l'affaire Enron, par exemple.

**Le sénateur Carney:** Vous n'avez pas répondu à ma question. J'ai déjà été chroniqueuse et j'ai été membre de conseils d'administration de quotidiens. Je dis tout simplement qu'en tant que consommatrice qui a le choix entre cinq journaux, dont quatre qui ont le même contenu, les consommateurs ne devraient pas les acheter.

J'achète deux des cinq quotidiens. Je ne veux pas relire les mêmes nouvelles ou relire les mêmes chroniques. Ça ne m'intéresse pas. Je n'écoute pas les mêmes chroniqueurs à la télévision. Je ferme mon téléviseur.

Je me fais l'avocat du diable en vous demandant pourquoi on ne devrait pas tout simplement s'en remettre aux lois du marché. Si on centralise et réduit la diversité des voix, ce qui résulte en un seul message, le consommateur ne s'y intéressera peut-être plus. Le consommateur achètera les produits qui donnent divers points de vue sur les actualités. Le consommateur achètera un hebdomadaire ou se tournera vers Internet. Pourquoi ne laisseriez-vous pas les journaux centralisés, comme ceux de CanWest, mourir à petit feu?

**La présidente:** Nous avons déjà dépassé notre limite de temps.

**M. Kohl:** C'est une approche différente. L'intérêt public est mal servi quand les mêmes points de vue sont exprimés par des petits groupes dans chaque grande ville canadienne, car, à notre avis, ce n'est pas la bonne façon de présenter les nouvelles. Plus il y a de diversité, mieux c'est. Je ne crois pas que ce soit une bonne idée.

Dans une société antidémocratique, il n'y a normalement qu'une source d'information. Mais aujourd'hui, il y en a plusieurs.

Nous avons quatre grands propriétaires d'entreprises journalistiques. Les propriétaires ont aussi d'autres intérêts qui les mettent en conflit avec la libre circulation de l'information.

En tant que société démocratique, j'estime qu'il faut mieux présenter les nouvelles à travers le pays, et ce, de la façon la plus neutre et objective qui soit. Il est impossible d'y arriver complètement, mais cela doit demeurer l'objectif principal.



**Senator Graham:** Mr. Kohl, no one could ever accuse you of being wishy-washy in your views. I will hitchhike on the last couple of words you used in terms of a democratic society in talking about the freedom of press.

You say in your presentation to contrast all of this with some recent definitions of freedom of the press by some CanWest media representatives. When equating freedom of the press with free speech, one asks what makes the journalists in his employ think their freedom of speech is paramount to his? Then you say in the next sentence that another CanWest person says that freedom of the press means freedom from state interference.

What is wrong with that? There are countries all over the world trying to strengthen or achieve democracy. Among their paramount objectives is to have a free press. Whether it was in 1986 in the Philippines, whether it was in 1989 in Paraguay, whether it is in any communist controlled country, what is wrong with someone saying that freedom of the press means freedom from state interference? I believe that.

**Mr. Kohl:** I believe that, too, but I believe that is only part of it. Freedom of the press is freedom from state interference. If you read my definition it is the freedom and responsibility that once was recognized by owners in the good old days. Today, it is shot.

You will have people here, with people frothing at the mouth I guarantee, saying that freedom from state interference is what freedom of the press means. Many people take it to mean freedom of individual expression. In the Charter of Rights, freedom of the press expresses a subsidiary of freedom of expression.

Some will say: "No, no, freedom of the press is not freedom of expression with all that entails, it is freedom for you to get the government off my back, so I can do what I want."

**Senator Graham:** There are all kinds of questions I would like to ask. I would like to pursue that point with you. Generally speaking, how do you compare freedom of the press in Canada with the United States?

**Mr. Kohl:** I would say that they are about the same. You have less cross ownership in the States. You have less conflict of interest and less power.

We opened that gate. The Americans are just now discussing whether they will open the gate from 35 to 45 per cent of audience participation by a conglomerate. We do not have any rules. Tomorrow CanWest could buy anything.

Would it interfere with advertising? The Competition Bureau has said that it is a change of ownership. Look at the list of cases. They do not say: "Is this in the public interest?" They just say: "Does it affect advertising?"

It is pitiful, truly pitiful. The commissioner is the first one to say so. I hope you will hear from them.

**The Chairman:** You can be sure that we will.

**Le sénateur Graham:** Monsieur Kohl, personne ne pourrait vous accuser d'être vague. Je vais revenir sur ce que vous venez de dire au sujet de la société démocratique et de la liberté de presse.

Dans votre exposé, vous faites la comparaison entre les propos que vous venez de faire et les définitions faites récemment par des représentants des médias de CanWest au sujet de la liberté de presse. Lorsqu'on dit que la liberté de presse équivaut à la liberté de parole, on peut aussi se demander pourquoi un journaliste aurait une plus grande liberté de parole que son employeur. Vous dites ensuite qu'un autre porte-parole de CanWest a dit que la liberté de presse équivaut à la non-ingérence de l'État.

Est-ce faux? Dans le monde, des pays essaient de renforcer la démocratie ou d'y arriver. Un de leurs objectifs principaux est d'assurer la liberté de presse. Que ce soit les Philippines en 1986 ou le Paraguay en 1989, ou tout pays communiste, est-ce faux de dire que la liberté de presse équivaut à la non-ingérence de l'État? En tout cas, moi, j'y crois.

**M. Kohl:** Moi aussi, mais là n'est pas toute la question. La liberté de presse équivaut à la non-ingérence de l'État. D'après ma définition, c'est la liberté et la responsabilité qu'avaient adoptées par les propriétaires dans le bon vieux temps. Mais ce temps est révolu.

Il y a des fanatiques, croyez-moi, qui disent que la non-ingérence de l'État équivaut à la liberté de presse. Mais beaucoup de gens croient plutôt que cela équivaut à la liberté de parole de chaque individu. Dans la Charte des droits, la liberté de presse est subordonnée à la liberté de parole.

D'aucuns diront: «Non, non, la liberté de presse n'équivaut pas à la liberté de parole et tout ce que cela représente; c'est la non-ingérence de l'État, c'est le droit de faire ce que je veux.»

**Le sénateur Graham:** J'ai plusieurs questions à vous poser. J'aimerais davantage discuter de ce sujet avec vous. De façon générale, comment comparez-vous la liberté de presse au Canada à la liberté de presse aux États-Unis?

**M. Kohl:** C'est à peu près la même chose. Il y a moins de propriété croisée aux États-Unis. Il y a moins de conflits d'intérêts et moins de pouvoirs.

Nous avons ouvert la porte. Les Américains ont tout juste commencé à se demander s'ils devraient relever le seuil de participation des conglomerats de 35 à 45 p. 100. Au Canada, il n'y a pas de règles. CanWest pourrait acheter n'importe quoi demain.

Cela aurait-il un impact sur la publicité? Le Bureau de la concurrence a dit qu'il s'agirait d'un changement de propriété. Vous n'avez qu'à regarder la liste. On ne se demande pas si c'est dans l'intérêt public, mais plutôt si cela va influencer sur les revenus de publicité.

C'est triste, vraiment triste. Le commissaire est le premier à le dire. J'espère qu'il comparaitra devant le comité.

**La présidente:** Il n'y a aucun doute là-dessus.

**Senator Gustafson:** Senator Carney stole my thunder about Winnipeg. However, it does seem that when the power structure starts to move west, someone starts to throw in a national energy policy. I cannot help but guess that you are from Toronto.

**Mr. Kohl:** No, I am from the unincorporated hamlet of Georgeville in rural Quebec.

**Senator Gustafson:** You know where I come from.

**Mr. Kohl:** I spend a month of the year in Vancouver. I know those papers well. I spend a month of the year in New Brunswick, and I know those papers well. I could go on about those two bunches of newspapers. If you want to know what is happening in Canada or the world, help yourself to some other newspapers.

**Senator Gustafson:** I just wish to point out the impact of media and what the feeling is in Western Canada. The media has some responsibility in all of this.

This takes much time. Perhaps I should not even open the subject: I am very concerned about the anti-Americanism in this country. My farm is 20 miles from the U.S. border. We get along very well with our neighbours.

Problems have happened by people making foolish comments. We are paying a big price for it.

The bottom line is, the Americans do not really know that we exist, unless we start calling them names. Their media pays no attention to us.

**Senator Spivak:** Good.

**Senator Gustafson:** Some say "good", but I am concerned about that. We found out how important that market is to us in the mad cow disease case. We have not got a market without them.

There should be some caution on this in the media.

As far as the *National Post* is concerned, I think they did a good job of handling that one.

**Mr. Kohl:** This is a big can of worms that you opened. I agree with what you are saying. I would like to see a Senate with some provincial representation. That would be an excellent idea. I would like to see the media doing a better job of informing.

On the American issue, when approaching the Iraqi war, we got all the misleading stuff that the Americans put out in their media. I am not talking about anti-American. I am talking about media.

If your information base shifts south of the border, if they go to attack Iran next, all our media would be saying, "We have pictures of them doing bad things." If that were to happen, I think that we have lost control of not only our agenda, but also of our nation. It is difficult.

You say that is bordering on being anti-American. I know the danger.

**Le sénateur Gustafson:** Je voulais parler de Winnipeg, mais le sénateur Carney a été plus vite que moi! Par contre, il semble que si le pouvoir commence à se déplacer vers l'Ouest, on réagit en créant des programmes tels que la politique nationale sur l'énergie. Je présume que vous venez de Toronto.

**M. Kohl:** Non, je viens du petit hameau de Georgeville, ville non incorporée, qui se situe dans une région rurale au Québec.

**Le sénateur Gustafson:** Vous savez d'où je viens.

**M. Kohl:** Je passe un mois par année à Vancouver. J'y connais bien les quotidiens. Je passe un mois par année au Nouveau-Brunswick et je connais bien les quotidiens de ce coin-là aussi. Je pourrais vous en dire long sur les journaux de ces deux régions. Si vous vous intéressez à ce qui se passe au Canada et ailleurs dans le monde, lisez d'autres journaux.

**Le sénateur Gustafson:** Je voulais simplement démontrer l'influence qu'ont les médias et ce que les gens ressentent dans l'ouest du pays. Les médias portent une part de responsabilité.

Cela prend du temps. Je ne devrais peut-être même pas en parler, mais je me préoccupe beaucoup de l'antiaméricanisme au Canada. Ma ferme se situe à 20 milles de la frontière canado-américaine. Nous nous entendons bien avec nos voisins.

Les problèmes sont survenus suite à des commentaires stupides faits par certaines personnes. Nous en payons le prix.

Bref, les Américains ne sont pas vraiment conscients de notre existence; ils se réveillent seulement lorsqu'on les insulte. Leurs médias ne nous portent aucune attention.

**Le sénateur Spivak:** Tant mieux.

**Le sénateur Gustafson:** D'aucuns diraient «tant mieux», mais la chose me préoccupe. Nous avons découvert à quel point le marché américain est important pour nous après la découverte d'un cas de vache folle au Canada. Nous ne pouvons vendre notre viande à moins d'avoir accès au marché américain.

Les médias devraient se faire plus discrets dans cette affaire.

Quant au *National Post*, j'estime qu'il a bien traité la question.

**M. Kohl:** C'est là tout un débat. Je suis d'accord avec vous. Je crois que les provinces devraient être représentées au Sénat. Ce serait une excellente idée. Les médias devraient mieux informer le public.

Quant à la couverture médiatique américaine à l'aube de la guerre en Irak, nous avons reçu les mêmes désinformations que celles véhiculées par les médias américains. Ce n'est pas antiaméricain. Il s'agit du rôle des médias.

Si votre source d'information est américaine au moment de l'attaque, tous nos médias diraient: «Nous avons des images où nous les voyons faire de mauvaises choses». Si cette situation se produisait en effet un jour, nous aurions perdu non seulement le contrôle de nos informations, mais aussi de notre pays. C'est difficile.

Vous me dites que c'est presque de l'antiaméricanisme, mais je connais les dangers.



**Senator Gustafson:** Canadians watch CNN at their choice.

**Mr. Kohl:** Look at how the American media handled the post 9/11 situation.

They were traumatized. They went through the lead up to Iraq with rollover stuff. The media used pictures and figures from the American government. They failed entirely on their watchdog role. They are now starting to comment on it after the bird has flown.

**Senator Spivak:** In essence, is freedom of the press merely the idea of letting reporters write whatever they want, or is it also about a balance of power?

**Mr. Kohl:** It is certainly a balance.

**Senator Spivak:** If it is about a balance of power, then it is a hopeless task.

**Mr. Kohl:** I do not think it is a balance of power. The CNA is probably doing a very good job if you look at what they are trying to train their reporters to do. From my experience, good news people do have a distinct sense of ethics. You might be surprised, but I believe that. They really want to do a good job.

**Senator Spivak:** You are talking about journalism and reporters.

**Mr. Kohl:** If someone wants to suppress a story, your reporter must have an editor who will say, "Look, are you on good ground? Go and do it. I will protect you." That is good journalism and good journalistic management.

If you remove that from the local scene now to some place far way, then you have lost the independence of your individual journalist. You are talking about chilling in the news rooms across the land. You bet there is chilling.

I have talked to journalists at almost every major newspaper across Canada in the last while. The ones who spoke freely a year ago are saying, "Sorry, I cannot talk. I have to keep my job." They are running scared in the news room. That is worse.

**The Chairman:** Mr. Kohl, we are well into overtime at this point. Thank you very much for appearing before us. You have covered an enormous amount of ground in a highly controversial fashion. Controversy is not a bad thing.

**Mr. Kohl:** My main hope in appearing here is that some of these issues will attract your attention sufficiently so that you go into that.

**The Chairman:** You need have no worries Mr. Kohl. We are looking at these issues.

The committee adjourned.

**Le sénateur Gustafson:** Les Canadiens choisissent d'écouter CNN.

**M. Kohl:** Reportez-vous à la façon dont les médias américains ont réagi après le 11 septembre.

Ils étaient traumatisés. Ils ont finalement attaqué l'Irak. Les médias américains ont diffusé des images fournies par le gouvernement américain. Ils ont complètement failli à leur rôle de chien de garde. Ce n'est que maintenant qu'on commence à en parler, après coup.

**Le sénateur Spivak:** En résumé, est-ce qu'on pourrait dire que la liberté de presse équivaut à permettre aux journalistes d'écrire ce que bon leur semble, ou faut-il assurer un équilibre au niveau du pouvoir?

**M. Kohl:** Il faut maintenir un équilibre.

**Le sénateur Spivak:** Eh bien, si c'est le cas, c'est cause perdue.

**M. Kohl:** Je ne crois pas qu'il s'agisse d'un équilibre au niveau du pouvoir. J'ose dire que CNN fait du bon travail, car elle forme ses journalistes à sa façon. D'après mon expérience, les bons journalistes ont un sens de l'éthique qui leur est propre. Cela vous surprend peut-être, mais j'y crois. Ils veulent vraiment bien faire.

**Le sénateur Spivak:** Vous parlez de journalisme et de reporters.

**M. Kohl:** Si on veut faire taire une histoire, le reporter doit avoir un patron qui l'appuie et lui dit: «Avez-vous des preuves? Allez-y. Je vais vous protéger.» Ça, c'est du bon journalisme et une bonne gestion de l'information.

Si, par contre, le patron se trouve loin, le reporter sur place perd son indépendance. Les salles de rédaction à travers le pays se sentiront moins libres. Les reporters, eux aussi, se sentiront moins libres.

Il n'y a pas longtemps, j'ai eu l'occasion de parler à des reporters travaillant pour presque tous les quotidiens du Canada. Il y a un an, certains d'entre eux me parlaient librement. Mais aujourd'hui, ils disent: «Désolé, je ne peux pas parler. Je veux conserver mon emploi.» La peur s'est installée dans les salles de rédaction. C'est encore pire.

**La présidente:** Monsieur Kohl, nous avons dépassé de beaucoup notre limite de temps. Merci beaucoup d'être venu devant le comité. Vous avez abordé beaucoup de sujets de façon controversée. Mais la controverse n'est pas nécessairement une mauvaise chose.

**M. Kohl:** J'espère que mon témoignage sur certaines de ces questions va vous inciter à les examiner de plus près.

**La présidente:** Ne vous en faites pas, monsieur Kohl. Nous allons étudier ces questions.

La séance est levée.

OTTAWA, Thursday, June 19, 2003

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 10:48 a.m. to examine the current state of Canadian media industries; emerging trends and developments in these industries; the media's role, rights, and responsibilities in Canadian society; and current and appropriate future policies relating thereto.

**Senator Joan Fraser** (*Chairman*) in the Chair.

[*English*]

**The Chairman:** Good morning.

Welcome to witnesses, senators, members of the public and viewers in television land to this meeting of the Standing Senate Committee on Transport and Communications, which is examining the state of the Canadian news media.

[*Translation*]

The committee is looking at the role the government could play to help our news organizations to remain effective, independent and diversified in the context of the many changes that have affected this field in recent years, such as globalization, technological change, convergence and the concentration of ownership.

We are meeting today as a roundtable. Then, we will welcome some very distinguished witnesses, and we will hear a witness speaking as an individual.

[*English*]

The panel with which we open today's proceedings consists of Mr. Hamilton Southam, Mr. Wilson Southam and Mr. Clark Davey. Mr. Hamilton Southam is a former director of Southam Inc. Mr. Davey is a former publisher of the *Montreal Gazette*, the *Ottawa Citizen* and the *Vancouver Sun*, as well as the former president and chair of Canadian Press. Mr. Wilson Southam is a former director of Southam Inc. and the Southam Newspaper group. Each has vast experience in a wide range of other fields.

Thank you for being with us today.

As you know, we ask witnesses to open with a statement of approximately 10 minutes. We then have a period of questions and comments. Please proceed.

**Mr. Hamilton Southam, Former Director of Southam Inc.:** Madam Chair and honourable senators, let me say at the outset that I have no claim to speak to you as a journalist, although I was briefly a reporter for the *London Times* and an editorialist for the *Ottawa Citizen* just after World War II. I was a member of the board at Southam Inc. in the 1970s and early 1980s. My working life has been spent in the Department of External Affairs and the National Arts Centre. However, I was born into a family that

OTTAWA, le jeudi 19 juin 2003

Le Comité permanent des transports et des communications se réunit ce jour à 10 h 48 pour se pencher sur l'état actuel des industries de médias canadiennes, les tendances et les développements émergeant au sein de ces industries, le rôle, les droits et les obligations des médias dans la société canadienne, et les politiques actuelles et futures appropriées par rapport à ces industries.

**Le sénateur Joan Fraser** (*présidente*) occupe le fauteuil.

[*Traduction*]

**La présidente:** Bonjour.

Je souhaite la bienvenue aux témoins, aux sénateurs, aux membres du public et aux téléspectateurs qui suivent cette séance du Comité sénatorial permanent des transports et des communications, consacrée à l'état actuel des médias canadiens.

[*Français*]

Le comité examine quel rôle l'État devrait jouer pour aider nos médias d'actualités à demeurer vigoureux, indépendants et diversifiés dans le contexte des bouleversements qui ont touché ce domaine au cours des dernières années, notamment la mondialisation, les changements technologiques, la convergence et la concentration de la propriété.

Aujourd'hui, nous sommes en table ronde. Ensuite, nous accueillerons des témoins très distingués et nous entendrons un témoin à titre individuel.

[*Traduction*]

Nous allons ouvrir la séance d'aujourd'hui avec un groupe de témoins composé de M. Hamilton Southam, M. Wilson Southam et M. Clark Davey. M. Hamilton Southam est un ex-directeur de Southam Inc. M. Davey est un ex-rédacteur en chef de la *Montreal Gazette*, du *Ottawa Citizen* et du *Vancouver Sun*, et il a aussi été président et président du conseil de la Presse canadienne. M. Wilson Southam a été directeur de Southam Inc. et du groupe Southam Newspapers. Chacun d'entre eux possède également une longue expérience dans beaucoup d'autres domaines.

Je vous remercie d'être avec nous aujourd'hui.

Comme vous le savez, nous demandons aux témoins de limiter leur déclaration liminaire à une dizaine de minutes, après quoi nous avons une période de questions. Vous avez la parole.

**M. Hamilton Southam, ancien directeur de Southam Inc.:** Madame la présidente, honorables sénateurs, laissez-moi vous dire tout d'abord que je ne prétends pas m'adresser à vous en tant que journaliste, même si je l'ai brièvement été pour le *London Times*, et si j'ai aussi été éditorialiste pour le *Ottawa Citizen* juste après la Deuxième Guerre. J'ai fait partie du conseil d'administration de Southam Inc. dans les années 70 et au début des années 80. Ma vie professionnelle s'est passée au



lived, moved, breathed and had its being in newspapers, and I was raised to take a passionate interest in their welfare.

Let me give you a glimpse of that family's history. You may find it relevant.

Grandfather William Southam became part owner of the *London Free Press* in 1867, the year of Confederation. He sold that interest to become half owner of the *Hamilton Spectator* 1877. It was a Tory paper, and he kept it that way. He bought a second paper, the *Ottawa Citizen*, in 1897. It, too, was Tory, and he swore it would remain such.

He sent his strong-minded son to run it, my father Wilson, who was soon joined by his younger brother and dearest friend, Harry. Before long, they started to express ideas that smacked of liberalism. Alas, they had been taken to England as boys by their mother. They were closer to her than to their father. There they met her cousin, a Liberal MP, who interested them in such liberal ideas as imperial free trade and taxation of land values.

The *Citizen* loyally supported Tories at election time until Mackenzie King came on the scene, but grandfather found the occasional ventilation of these liberal ideas by the *Citizen* to be outrageous. He cancelled his subscription in 1912.

That gesture consecrated the Southam policy of local autonomy. From 1912 on, it was evident that there would be as many points of view as there were Southam papers. They were soon numerous. Grandfather had already bought the Calgary paper in 1908. He added the *Edmonton Journal* in 1912 and the *Winnipeg Tribune* in 1920. He then handed over to his sons who picked up the other half of the *Spectator* in 1925 and several other newspapers before World War II.

It became the unshakable conviction of the second and later generations of the Southam family that a newspaper's well-being depended on its freedom to reach its opinion on each and every issue and to express that opinion without fear or favour. We made that statement in every annual report. Over the years, this conviction was strengthened by our belief that Canada benefited greatly from this diversity of editorial voices as it grew from a colony to a pluralistic, self-governing nation.

Two examples of the results of this editorial freedom are the creation of the CBC and the birth of the Social Credit movement in Canada.

The *Ottawa Citizen* was concerned in both. Its editor, Charles Bowman, with father's approval, was the first to recommend a Canadian version of the BBC to Mackenzie King. Later, he became the most effective member of the Aird commission, and

ministère des Affaires étrangères et au Centre national des Arts. Toutefois, je suis né dans une famille qui mangeait, respirait et buvait du journal, et j'ai donc toujours été passionné par la presse écrite.

Permettez-moi de dire quelques mots sur l'histoire de cette famille, car je pense que c'est pertinent.

Mon grand-père William Southam est devenu copropriétaire du *London Free Press* en 1867, l'année de la Confédération. Il a vendu cette participation pour acquérir la moitié du *Hamilton Spectator* en 1877. C'était un journal Conservateur, ce qu'il a préservé. En 1897, il a acheté un deuxième journal, le *Ottawa Citizen*. C'était aussi un journal Conservateur et il avait juré qu'il le resterait.

Pour le diriger, il a envoyé son fils, mon père Wilson, un homme aux idées très arrêtées, qui a bientôt été rejoint par son jeune frère et plus cher ami, Harry. Tous deux n'ont pas tardé à exprimer des idées ayant des relents de libéralisme. Hélas, leur mère les a ensuite emmenés en Angleterre, car ils étaient plus proches d'elles que de leur père. Là-bas, ils ont rencontré le cousin de leur mère, un député libéral, qui les a intéressés à des idées aussi libérales que le libre-échange impérial et l'imposition des valeurs foncières.

Le *Citizen* a appuyé fidèlement les conservateurs aux élections jusqu'à l'arrivée de Mackenzie King, mais mon grand-père considérait que l'expression occasionnelle de ses idées libérales dans le *Citizen* était une honte. Il a annulé son abonnement en 1912.

Ce geste entérinait la politique d'autonomie locale de Southam. À partir de 1912, il est devenu évident qu'il y aurait autant de points de vue dans le groupe qu'il y avait de journaux. Ceux-ci étaient trop nombreux. Mon grand-père avait déjà racheté le journal de Calgary, en 1908, auquel il ajouta le *Edmonton Journal* en 1912 et le *Winnipeg Tribune* en 1920. Il a ensuite laissé la direction du groupe à ses fils, qui a pris le contrôle de l'autre moitié du *Spectator*, en 1925, puis de plusieurs autres journaux avant la Deuxième Guerre mondiale.

À partir de la deuxième génération des Southam, le principe a été clairement établi que la prospérité d'un journal exigeait qu'il ait la liberté de s'adresser à son lectorat sur chaque question importante, et d'exprimer son opinion sans peur ni favoritisme. Nous l'avons affirmé dans chacun de nos rapports annuels. Au cours des années, cette conviction a été renforcée par notre opinion que le Canada profitait grandement de cette diversité d'opinions à mesure qu'il se transformait de colonie en nation pluraliste et autonome.

Deux exemples du résultat de cette liberté d'expression journalistique sont la création de Radio-Canada et la naissance du mouvement du Crédit social au Canada.

Ces deux questions intéressaient profondément le *Ottawa Citizen*. Son rédacteur en chef, Charles Bowman, avec l'approbation de mon père, fut le premier à recommander une version canadienne de la BBC à Mackenzie King. Plus tard, il est

then a powerful support to the apostolic work of Graham Spry and Alan Plaunt.

At the same time, father became interested in the Social Credit theories of Major Douglas. He brought him to Canada in 1932 and sent him on a cross-country tour. William Aberhart heard him speak in Alberta, and the rest is history. Neither development would have occurred had grandfather managed to keep editorial control of the *Citizen*.

Opinions differ about Social Credit, perhaps, but I am very proud that we helped the CBC.

What brought the Southams down was neither our policy of local autonomy, nor, as has been suggested to you, our failure to maximize profits. What brought us down was the second generation's decision to go public in 1945. Once we became a public company, as in my view we should never have done, the bottom line became all-important.

When my generation, the third, took over after World War II, we tended to overlook that fact and ran the business in the old way, the way we thought was good for the company and for Canadian journalism generally. We set up the Southam Fellowships, and we expanded the Southam News Service greatly. We even acquired another paper or two. However, we unwittingly prepared the way for a takeover.

Just as the forth generation was taking over in the 1980s, Conrad Black saw his chance and leapt at it. Maximizing his profits in a way we would never have dreamed of, he sold all our papers to CanWest.

There ends my glimpse into "a romanticized past complete with its business model" — to use a phrase that was used here recently. For obvious reasons, I am revolted by the CanWest policy of centralized editorial control, but I prefer to let Clark Davey and my nephew Wilson suggest what can be done about it. I know what they will say, and I agree entirely.

**Mr. Wilson Southam, Former Director of Southam Inc. and Southam Newspapers:** Thank you very much, honourable senators. I missed the wonderful rich heritage that my uncle Hamilton has described, growing up in the West.

I was a mountain guide and ski instructor. In my early teens, I started to hitchhike around North America. I have great respect for all that my uncle explained to you. I was asked onto the Southam board when I turned 40, where was a director for 23 years. I laughed happily and said to that wonderful man Claire Balfour, "I will drive you crazy." He said, "I know," and I did.

One of the first things that I said when I got there was that Southam should not have been allowed to become so large. It is not in the national interest. The fact that we had a good policy of

devenu le membre le plus efficace de la commission Aird, puis un ardent partisan du travail d'apostolat de Graham Spry et Alan Plaunt.

Au même moment, mon père a commencé à s'intéresser aux théories créditistes du major Douglas. Il l'a fait venir au Canada en 1932 et lui a fait sillonner le pays. William Aberhart l'a entendu parler en Alberta et vous connaissez la suite. Aucun de ces deux développements ne se serait produit si mon grand-père avait conservé le contrôle éditorial du *Citizen*.

Les opinions diffèrent sur le Crédit social, certes, mais je suis très fier que nous ayons contribué à la création de Radio-Canada.

Ce ne sont ni notre politique d'autonomie locale ni, comme d'aucuns vous l'ont dit, le fait que nous n'ayons pas maximisé nos profits qui ont provoqué la chute des Southam. Non, ce qui a provoqué notre chute, c'est la décision de la deuxième génération d'entrer en bourse, en 1945. Suite à cette décision, que nous n'aurions jamais dû prendre, à mon avis, le profit est devenu le seul critère qui comptait.

Quand ma génération a pris les rênes du groupe, après la Deuxième Guerre mondiale, elle a eu tendance à négliger ce facteur et à gérer l'entreprise comme par le passé, c'est-à-dire selon notre interprétation du bien de l'entreprise et du bien du journalisme canadien, de manière générale. Nous avons créé les Bourses Southam et nous avons peu à peu élargi le service des nouvelles du groupe. Nous avons même racheté un ou deux autres journaux. En fait, sans nous en rendre compte, nous étions en train de préparer la voie à une prise de contrôle.

Alors que la quatrième génération prenait le contrôle, dans les années 80, Conrad Black a vu sa chance et il l'a saisie. Maximisant ses profits comme nous ne l'aurions jamais imaginé, il a vendu tous nos journaux à CanWest.

J'arrête là mon coup d'oeil sur «un passé romancé avec son modèle capitaliste», pour reprendre une expression qui a récemment été employée ici. Pour des raisons évidentes, la politique de contrôle éditorial centralisé me révolte, mais je préfère laisser Clark Davey et mon neveu Wilson vous dire ce qu'ils recommandent à ce sujet. Je connais leur opinion et je la partage complètement.

**M. Wilson Southam, ex-directeur de Southam Inc. et Southam Newspapers:** Merci beaucoup, honorables sénateurs. Je dois vous dire que l'héritage merveilleux que vient de décrire mon oncle Hamilton, qui reflète tellement l'Ouest de ma jeunesse, me manque beaucoup.

J'ai été guide de montagne et instructeur de ski. Durant mon adolescence, j'ai fait de l'autostop en Amérique du Nord. J'admire beaucoup ce que mon oncle vient de vous expliquer. J'ai été invité au conseil d'administration de Southam quand j'ai eu 40 ans, et j'y suis resté pendant 23 ans. J'y ai eu beaucoup de plaisir, et je disais à Claire Balfour, cet homme merveilleux: «Je vais vous rendre fou», à quoi il répondait: «Je le sais», et c'est ce qui est arrivé.

L'une de mes premières interventions au conseil a été d'affirmer que Southam n'aurait jamais dû devenir une entreprise aussi grosse. Ce n'était pas dans l'intérêt national. Le



local editorial independence is a wonderful example of the notion that the most feared despot should be the benign and kindly one because it accustomed us to the risks to our freedom and democratic opportunities. I had the chance to act behind the scenes a couple of times when Southam might have become larger, to ensure that it did not.

You cannot ever have a press that all points of view will see as wonderful. You will have Nazism at one end of the spectrum and other things in other places.

However, there does seem to be a risk in having too few voices in case they are all in tune with, for instance, the current passion in North America for persuading all of us that you and I, since we are not directly in business today, are some sort of elitists; that the only people who really understand our freedoms and liberties are people in business — the marketplace is the only place where freedom gets worked out properly.

The 70-year-old drive to have this set of rather stupid notions accepted has been largely successful in North America. Franklin Delano Roosevelt annoyed many wealthy people with his populist policies of looking after labour unions, poor people and so on. It was quietly decided that it would not happen again. Fortunes have been spent on the trend to persuade us to think that the real foundation of our freedom is the marketplace.

I am glad to be here with a group of people who do not have to scurry around to find election funds from corporations to do the serious, complex work that you have undertaken, which I am glad that you have.

I was trying to think yesterday, which is very painful for we older people. What occurred to me was that, when you look at media — a confusing job — and the calm study of media with so many different interested voices speaking to you, a matrix is useful in a way.

When I look at my own information experience, if I put down an axis across the bottom and I put down personal media. Then I put down community, and I put down national and international. To the annoyance of my oldest son, you can put down intergalactic for reasons we will probably never get to. You have an increasing breadth of issues covered by media at the bottom of this matrix.

If, up the side of the matrix, I put “free” as in free information, not-for-profit information; information for profit; public sector information; charitable information, we have 25 squares in which people asking themselves how public policy can help us make the very best use of media and preserve our diversity of voices, might operate effectively.

I arrived at the heritage committee on December 25th without a French translation for a booklet I wanted to share with everyone, so it could not be given out. On this occasion I have a somewhat similar booklet. I believe you have a copy. It is in two

fait que nous ayons eu une bonne politique d'indépendance éditoriale locale est un exemple merveilleux du principe voulant que le despote le plus dangereux est le plus bénin et le plus gentil car il nous fait oublier les risques qu'il pose à notre liberté et à la démocratie. J'ai eu l'occasion d'agir en coulisses à plusieurs reprises lorsque Southam aurait pu devenir une entreprise encore plus grosse, pour éviter cette évolution.

Il est impossible d'avoir une presse dont tout le monde trouvera le point de vue remarquable. Si c'était le cas, ce serait le nazisme d'un côté, et autre chose de l'autre.

Toutefois, on semble courir aujourd'hui le risque d'avoir trop peu d'opinions si nous en arrivons tous à adopter la passion actuelle de l'Amérique du Nord à nous convaincre que, comme nous ne sommes pas directement en affaires aujourd'hui, nous sommes des élitistes et que les seules personnes qui comprennent vraiment nos libertés sont les gens d'affaires — le marché serait le seul lieu où la liberté peut s'exprimer correctement.

Le mouvement entrepris depuis 70 ans pour faire accepter ces idées assez stupides a généralement été couronné de succès en Amérique du Nord. Franklin Delano Roosevelt avait suscité la colère de nombreux riches avec ses politiques populistes axées sur les syndicats, les pauvres, et cetera. et on a alors décidé en douce que ça n'arriverait plus jamais. Des fortunes ont été dépensées pour essayer de nous convaincre que le marché est la vraie fondation de la liberté.

Je suis heureux d'accompagner aujourd'hui un groupe de personnes qui n'ont pas à faire d'effort pour trouver des fonds électoraux auprès d'entreprises de façon à mener le travail sérieux et complexe que vous avez entrepris, ce dont je suis très content.

J'essayais de réfléchir, hier, ce qui est très pénible quand on est vieux, et je me suis dit que, si l'on veut se pencher sur les médias — travail bien difficile — en tenant compte des nombreuses parties intéressées qui vont s'adresser à vous, il serait utile d'utiliser une matrice analytique.

Si je prends ma propre expérience, je peux représenter en abscisse les médias personnels. Ensuite, je peux indiquer les médias communautaires, puis les médias nationaux et internationaux. Je pourrais aussi y mettre les médias intergalactiques, ce qui ennuie toujours mon fils aîné, pour des raisons qu'il n'est pas nécessaire d'expliquer ici. On a donc tout un large éventail de problèmes relatifs aux médias en abscisse.

Si je place maintenant en ordonnée des degrés de «liberté», comme dans information gratuite, information à but non lucratif, information pour le profit, information du secteur public, information caritative, j'obtiens 25 carrés au sujet desquels les gens nous demandent comment les politiques publiques peuvent nous aider à faire le meilleur usage possible des médias et à préserver notre diversité d'opinions.

Je suis allé au Comité du patrimoine le 25 décembre sans version française d'une brochure que je voulais remettre à tout le monde, ce que je n'ai pas pu faire. Cette fois, j'ai apporté une brochure similaire, dont vous avez reçu des exemplaires. Je l'ai

languages, thanks to Timothy Southam's very hard work at the last moment. I would like to address you to page 11 in this booklet.

There is a box at the bottom of the page, above which it says: "Once Famous Abroad for Peacekeeping: Next Target — World Class DOVE Media." "DOVE" is an acronym for diversity of voices everywhere.

It is the DOVE group, composed initially of 40 editors, publishers and directors, and later, of 45, that asked the question last year in national ads: Is freedom of the press being lost one newsroom at a time? Recently the group said: Hooray, we are so glad you guys are doing this work.

On that occasion, I offered 11 areas in terms of the brainstorming that, to me, is the very complex design process that you are doing. The first was that we revive a public government inquiry on the state of the Canadian media. You have done that, I think, although your budget is being shredded, I notice, by various other people.

**The Chairman:** Postponed.

**Mr. Southam:** Good for you, I hope you win. There are lots of corners of this country that need to speak to this issue.

Two, prevent cross-ownership of newspapers, television and other media, which Mr. Kent spoke to ably.

Three, a system of enforceable guarantees for local editorial independence, he has also spoken ably to.

Four, return to full support of the Canadian Broadcasting Corporation. It is fashionable to knock the neo-Conservatives, the paleo-conservatives, whomever, but it has largely been the Liberals who have gutted the financing of the CBC and that is a great shame.

I would mention Telefilm Canada and the National Film Board and so on, but I have a conflict of interest because Timothy is a film-maker so I will not mention them right now.

Five, safeguards for Canadian culture — return to pre-WTO ruling standards. It was, I am sure you all remember, that dreadful day where the WTO knocked down an old tariff, knocked down subsidies for transport, et cetera. We forgot to read the notwithstanding clause in NAFTA, and now we have had a small taste of what has ruined a number of countries around the world. We have had a taste of the interventions of the WTO, the IMF, et cetera.

Six, strength in national journalism fellowships — they are doing good work at Massey College to try to raise private funds. I am in support of what Mr. LaPointe had to say about investing in people who have learned the craft and are on the job.

remise dans les deux langues et je remercie Timothy Southam qui a beaucoup travaillé là-dessus à la dernière minute. J'attire votre attention sur la page 11.

Vous trouverez en bas de la page un encadré disant «À une époque — célèbre à l'étranger en maintien de la paix, prochain objectif — un média DOVE de classe mondiale». DOVE est un acronyme pour «diversity of voices everywhere», c'est-à-dire «diversité d'opinions partout».

C'est le groupe DOVE, composé à l'origine de 40 éditeurs, rédacteurs et directeurs, puis de 45, qui avait posé l'an dernier la question suivante dans des publicités nationales: «Sommes-nous en train de perdre la liberté de notre presse, une salle de nouvelles à la fois?» Récemment, le groupe a dit: «Bravo, les gars, nous sommes très heureux que vous fassiez ce travail.»

À cette occasion, j'avais proposé 11 thèmes de réflexion qui me semblent aujourd'hui correspondre au processus très complexe que vous venez d'engager. Le premier était d'entreprendre une nouvelle enquête publique sur l'état des médias canadiens. Or, c'est précisément ce que vous venez de commencer, bien que votre budget soit mis en pièces par d'autres personnes, si j'ai bien compris.

**La présidente:** Reporté.

**M. Southam:** Très bien, et j'espère que vous allez gagner. Il y a beaucoup de gens au Canada qui voudraient exprimer leur point de vue sur cette question.

Deuxièmement, empêcher la propriété croisée de journaux, de stations de télévision et d'autres médias, ce dont M. Kent a parlé avec beaucoup de talent.

Troisièmement, mettre en place un système de garanties d'indépendance éditoriale locale, ce dont il a aussi parlé avec talent.

Quatrièmement, rétablir le plein soutien de la Société Radio-Canada. La mode veut qu'on puisse taper sans crainte sur les néo-conservateurs, les paléo-conservateurs, mais ce sont surtout les libéraux qui ont mis à sac les budgets de Radio-Canada, ce qui est honteux.

Je pourrais mentionner Téléfilm Canada et l'Office national du film mais ce serait un conflit d'intérêts car Timothy est cinéaste, et je ne vais donc pas en parler.

Cinquièmement, des garanties pour la culture canadienne — revenons aux normes d'avant l'OMC. Je suis sûr que vous vous souvenez tous du jour horrible où l'OMC éliminait un vieux tarif de douane, abolissait des subventions de transport, et cetera. Nous avons oublié de lire la clause nonobstant de l'ALENA et c'est pourquoi nous commençons à goûter à ce qui a déjà causé la ruine de plusieurs pays. Nous pouvons nous faire une idée des interventions de l'OMC, du FMI, et cetera.

Sixièmement, renforcer le journalisme en octroyant des bourses — le Massey College fait un excellent travail pour essayer de recueillir des fonds privés. J'approuve ce que M. LaPointe a dit sur la nécessité d'investir dans les gens qui ont appris le métier et qui l'exercent.



It was Henry Mintzberg at McGill who refused to teach MBAs because he did not believe that young people, wet behind the ears, should be taught to run around bossing people. He has now set up an international system where adults whose companies will pay for attendance come from around the world as people with real experience with handling power — which is so badly handled in bureaucracies — come together and learn a great deal.

If we want to do something about the diversity of voices in this country, I agree with Kirk Lapointe that spending some serious money in the area of continuing education for adult journalists, something apparently the new corporations are not prepared to do, would be useful.

Seven, a system of investigative journalism awards to be funded properly — investigative journalism is expensive, time-consuming and it risks the wrath of advertisers. The figure of 2 to 3 per cent of time spent on investigative journalism that was presented to you today by Mr. Lapointe — in most organizations the percentage is not that good.

With the sorts of issues that I will close by mentioning, I think we will benefit enormously from both the quality and amount of investment in helping us all look further ahead and look at things more complexly.

In 1972, the Club of Rome, composed of scholars from 37 nations, came out with "Limits to Growth." The club has been laughed at because, like Thomas Malthus, they made the mistake of making predictions. They said that if this is the here-and-now, we move out to the universe, and so on, and this is a time span. Let us do the time line again. We move out through our children's lifetime, and here we move out through nation and so on, to the world. We have a hell of a lot of dots if that represents preoccupations in the here and now. We have a few in our lifetime and a few that go out to the nation state.

As a species, brilliant as we are, having climbed down from the trees and survived the tigers, we do not do well on things in our children's lifetime that are large issues or structural issues. It is just possible, the scientists of the world agree, that there are a category of problems that are new in kind, not degree, that we will be facing together as Canadians, next door to a giant that is increasingly using its media for propaganda. These problems will require a quality and a concentration of public discourse that can be aided by appropriately free press in an extraordinary way.

I would really look at continuing education for interested journalists.

Eight, a system of tax incentives for newsrooms meeting standards of independence — there was a lot of back and forth on that with the Heritage Committee. We are not talking about subjective assessments of newsrooms. If they are fascist, they are fascist, or they may be off the clock in some other direction.

C'est Henry Mintzberg, de McGill, qui refusait de donner des cours en administration des entreprises car il ne croyait pas que l'on doive apprendre à de jeunes innocents à imposer leur volonté à des ouvriers. Il a maintenant mis sur pied un système international où des adultes du monde entier, payés par leur entreprise, viennent apprendre ensemble, en se frottant à des gens du monde entier qui ont une expérience réelle de l'exercice du pouvoir — ce qui manque tellement à nos bureaucraties.

Si nous voulons faire quelque chose au sujet de la diversité d'opinions au Canada, prenons l'idée de Kirk Lapointe, c'est-à-dire investir sérieusement dans l'éducation continue des journalistes adultes, quelque chose que peu de nouvelles entreprises sont apparemment prêtes à faire.

Septièmement, un système de prix de journalisme d'enquête, correctement financé — le journalisme d'enquête coûte cher, prend beaucoup de temps et risque de susciter la colère des annonceurs. M. Lapointe parle de 2 p. 100 à 3 p. 100 du temps qui est consacré au journalisme d'enquête — mais, dans la plupart des entreprises, c'est encore moins que ça.

Considérant le genre de questions que je vais évoquer en conclusion, je pense que nous aurions tous beaucoup à gagner du point de vue de la qualité et de l'investissement qui nous aiderait à voir plus loin et à examiner les choses de manière plus complexe.

En 1972, le Club de Rome, composé de savants de 37 nations, a publié les «Limites à la croissance». On l'a beaucoup ridiculisé depuis car, comme Thomas Malthus, il a fait l'erreur de faire des prévisions. Il a dit que, si le présent a la forme actuelle, nous avançons dans l'univers, et cetera., et voici l'échéancier. Retraçons cette ligne. Nous passons ici à l'époque de nos enfants, et ici nous passons de nation à nation, dans le monde. Nous avons beaucoup de points qui représentent des préoccupations contemporaines. Nous en avons quelques-uns durant notre vie et quelques-uns qui vont dans l'État-nation.

Comme espèce, même si nous sommes brillants, puisque nous sommes descendus des arbres et avons échappé aux tigres, nous ne nous en sortons pas très bien en ce qui concerne les choses touchant nos enfants, qui sont des questions importantes ou structurelles. Il se peut fort bien, les scientifiques du monde en conviennent, qu'il y ait une catégorie de problèmes qui sont nouveaux, pas par degré, et que nous devrions confronter ensemble, comme Canadiens vivant à côté d'un géant qui utilise de plus en plus ses médias pour faire de la propagande. Ces problèmes exigeront un discours public de qualité et intensif, qui bénéficierait considérablement d'une presse libre.

J'aimerais vraiment que l'on se penche sur l'éducation continue des journalistes.

Huitièmement, un système d'incitatifs fiscaux pour des salles de rédaction répondant à des critères d'indépendance — on a beaucoup parlé de ça au Comité du patrimoine. Nous ne parlons pas ici d'évaluations subjectives des salles de rédaction. Si ce sont des fascistes, ce sont des fascistes, ou ils s'égarent peut-être dans d'autres directions.

We are talking about it being much cheaper to have one newsroom for 14 daily newspapers than to have 14. My son makes films, as I mentioned before. He is now facing one reviewer for the country in that chain, as far as I can make out. That is not what we want in terms of cultural efforts. It is much cheaper to have one newsroom than 14, no question. However, if someone was to go against the maximization of profits at the level of the local newspaper and say that they want to have the sort of deal Tom Kent talks about, where we have a local, independent newsroom, it would cost a lot of money.

If we truly care about this issue, as we put funds into the public sector at CBC, we could consider tax breaks for newspapers that reach certain standards of staffing and mix of jobs agreed to by a body of journalists and others every ten years. People could be counted without subjectivity — they could all be Nazis. Certain expenditure and investigative reporting could be one part of the mix. You count it, it is there and the subject does not matter.

We are not talking about putting government in the newsroom but we are talking about recognizing that it is very expensive to have a high-quality local newsroom. When you look in the personal box on that matrix I spoke to earlier, you will find wonderful information from around the world, in my own case principally from a psychologist in the West, a multimedia business person in the West, a minister, interestingly enough in the West, and from three highly educated people in the East. I am one of the luckiest people in terms of information in the whole damn world. They use all their intelligence to screen; they target accurately; and they are brilliant. With that personal box, where I am protected a little from pornography, I am in terrific shape. I choose at the national and international box to read *The Globe and Mail*. I can take a look at *Harper's*, *Time* and *The Economist*. People with business interests will come in and tell me time and time again that there are so many media available today that everyone is in great shape.

As I go through all of that, the business of honest, effective, high-quality coverage the subject of the local community and the farm district is in the toilet. I believe it was Mr. Davey who sent in a paper from Gillian Steward, who was an editor out West, which demonstrates that the flight from newsrooms of people who really know something in-depth is severe in the local communities. Today, some newspaper groups are looking for a universal reporter who can cover everything without any particular depth. If that is the kind of public discourse that will keep this country alive and healthy in this age, then good luck to us. There are some real issues to be addressed with that aspect of the media.

Nine, a not-for-profit newspaper à la *The Manchester Guardian* — was mentioned in the Heritage Committee on December 5, but unlike poor Mr. Watson there was not a reporter in place so I did not face all the abuse that he took for suggesting a national not-for-profit newspaper. I have put the Web site for the P.C. Scott

Nous parlons ici du fait qu'il coûte beaucoup moins cher d'avoir une salle de nouvelles pour 14 quotidiens que d'en avoir 14. Mon fils fait du cinéma, comme je l'ai déjà dit. Il est maintenant confronté à un seul critique de cette chaîne pour tout le pays, si je ne me trompe. Ce n'est pas ce que nous voulons du point de vue culturel. Il est évident que ça coûte beaucoup moins cher d'avoir une seule salle de nouvelles que 14. Toutefois, si quelqu'un devait s'opposer à la maximisation des profits au niveau du journal local et dire qu'il veut avoir le type de système dont parle Tom Kent, où on a une salle de nouvelles locale indépendante, ça coûterait beaucoup d'argent.

Si cette question nous importe vraiment, et comme nous avons investi dans le secteur public, à Radio-Canada, nous devrions envisager d'octroyer des incitatifs fiscaux aux journaux qui respectent certaines normes en matière de personnel, approuvées par un ensemble de journalistes et d'autres personnes tous les 10 ans. Les gens pourraient être comptés sans subjectivité — ce pourrait n'être que des nazis. Certaines dépenses et un certain degré de journalisme d'enquête pourraient faire partie des critères. On pourrait faire le compte, c'est là, et le sujet n'a aucune importance.

Nous ne parlons pas ici de mettre le gouvernement dans les salles de rédaction mais de reconnaître qu'avoir une salle de rédaction locale de grande qualité coûte très cher. Si vous examinez la case personnelle de la matrice dont j'ai parlé tout à l'heure, vous y trouverez des informations merveilleuses du monde entier, dans mon cas essentiellement d'un psychologue de l'Ouest, d'un spécialiste des multimédias de l'Ouest, d'un ministre, ce qui est assez intéressant pour l'Ouest, et de trois personnes très savantes de l'Est. Je suis l'une des personnes les plus chanceuses au monde en termes d'information. Ils utilisent toute leur intelligence pour filtrer; ils ciblent avec exactitude; ils sont brillants. Avec cette case personnelle, où je suis un peu protégé de la pornographie, ma situation est parfaite. Je choisis dans la case nationale et internationale de lire le *Globe and Mail*. Je peux jeter un coup d'oeil à *Harper's*, *Time* et *The Economist*. Les gens qui s'intéressent aux affaires viennent sans arrêt me dire qu'il y a tellement de médias disponibles aujourd'hui que tout va bien pour tout le monde.

Quand je vois tout ça, je constate que la notion de couverture honnête, efficace et de qualité des affaires locales et de mon village est passée aux oubliettes. Je crois que c'est M. Davey qui avait envoyé un journal de Gillian Steward, qui était rédacteur en chef dans l'Ouest, pour démontrer que la fuite des gens qui savent un peu de quoi ils parlent dans les salles de rédaction est très grave au niveau local. Aujourd'hui, certains groupes de journaux cherchent le journaliste universel qui peut parler de n'importe quoi sans aucune profondeur. Si c'est là le genre de discours public qui va préserver la vigueur et la santé de notre pays, je vous souhaite bonne chance. Il y a des problèmes très graves à régler sur cet aspect des médias.

Neuvièmement, un journal à but non lucratif à la *Manchester Guardian* — on en a parlé au Comité du patrimoine, le 5 décembre mais, contrairement à ce qui est arrivé au pauvre M. Watson, il n'y avait aucun journaliste au comité lorsque j'y étais et je n'ai donc pas eu à faire face à toutes les insultes qu'il a reçues pour



Trust that handles the Guardian Media Group in the book about how they are structured; how they managed to have that wonderful *Manchester Guardian*; and about “public trust” before profit being the dominant bias in the selection and promotion of ideas in their media. We need good local coverage and we clearly need national coverage.

Several senators asked different witnesses if some stories are not being covered. I will talk about North America because, as a Southam, I would never get personal about one of the media companies here.

In September in Scotland, they broke the entire, accurate story of the Project for the New American Century, PNAC, and all the lovely details of six countries for regime change. This was first drafted a decade ago by Wolfowitz with Dick Cheney as his mentor and later joined by a host of others in the Bush administration, including Governor Bush from Florida. They were worried that Europe and Japan might become dominant powers like America. It was a secret American document until the story was broken in Scotland. They talked about renewing research in Star Wars, bio-nuclear and other weapons systems because they would offer advantages to America internationally. They talked about a large military presence, no matter what happens in Iraq and the Middle East. They talked about America being the logical people to run peacekeeping around the world instead of the UN. They talked about establishing a large base and military presence in the Far East because of the dangers of China. The meeting was not covered until finally, the *Observer* ran the story about a month ago and the CBC ran seven minutes of the story. That was late in terms of looking at the Iraq war. It did not get covered; it was very clear.

Mr. Greg Palast broke apart the entire detailed story of the theft of the American election in Florida — about the two years of pruning 87,000 people off the Florida voters list because they were felons, although not many of them were felons but most of them were Black and Democratic. Only Salon, a Web site in the States, ran that story at a time when it would have done some good before the election was over — before they went to the Supreme Court. Jeb Bush's office put pressure on them because the series was inaccurate and so they stopped half-way. It could not have been too bad though because the *Washington Post* ran the whole thing four months after the Supreme Court gave the election to George W. Bush. This is not the coverage of difficult issues that North America, and particularly Canada, needs. There are many other examples, as you know.

Ten, an Internet-supported DOVE forum on-line that would combine many of the features recommended by Mr. Kirk Lapointe, in terms of being an educational centre. I have a model that you can look at on page 10. It shows a Web site or a centre called Internet-supported DOVE centre. It has hosts you

avoir recommandé la création d'un journal national à but non lucratif. J'ai mis le site Web du P.C. Scott Trust qui s'occupe du Guardian Media Group dans le livre parlant de la manière dont ils sont structurés; comment ils ont réussi à créer ce merveilleux *Manchester Guardian*; et au sujet du «bien public» qui vient avant le profit et qui est le critère dominant pour la sélection et la promotion des idées dans leurs médias. Nous avons besoin d'une bonne presse locale et nous avons clairement besoin d'une presse nationale.

Plusieurs sénateurs ont demandé à des témoins s'il y a des sujets qui ne sont pas couverts. Je vais parler de l'Amérique du Nord car, étant un Southam, je ne veux pas traiter de questions personnelles sur les médias canadiens.

En Écosse, en septembre, on a dévoilé de manière exacte toute l'histoire du Project for the New American Century, PNAC, en donnant tous les détails sur les six pays devant faire l'objet d'un changement de régime. Cela avait été rédigé il y a une décennie par Wolfowitz avec Dick Cheney, son mentor, groupe auquel se sont joints ensuite d'autres membres de l'Administration Bush, y compris le gouverneur Bush de Floride. Ils craignaient que l'Europe et le Japon ne deviennent des puissances dominantes comme l'Amérique. C'était un document américain secret, jusqu'à ce qu'il soit révélé en Écosse. Ils parlaient de relancer les recherches sur la Guerre des étoiles, sur les systèmes bionucléaires et d'autres systèmes d'armements qui offriraient des avantages internationaux à l'Amérique. Ils parlaient d'une vaste présence militaire, nonobstant les événements en Iraq et au Moyen-Orient. Ils disaient que l'Amérique était le peuple logique pour gérer la paix dans le monde, au lieu de l'ONU. Ils parlaient d'établir une vaste base et une grande présence militaire en Extrême-Orient, à cause des dangers de la Chine. La réunion n'avait pas été couverte jusqu'à ce que l'*Observer* finisse par publier son article, il y a environ un mois, et CBC en a fait un reportage de sept minutes. C'était un peu tard du point de vue de la guerre de l'Iraq. Ça n'a pas été couvert; c'était très clair.

M. Greg Palast a dévoilé en détail toute l'histoire du vol des élections américaines en Floride — il a parlé des deux années pendant lesquelles on a rayé 87 000 noms des listes électorales de la Floride, parce qu'il s'agissait de criminels, non pas que beaucoup en étaient vraiment mais la plupart étaient Noirs et démocrates. Seul Salon, un site Web des États-Unis, a publié ce reportage à l'époque où cela aurait été utile, avant la fin des élections — avant qu'ils aillent devant la Cour suprême. Le cabinet de Jeb Bush a fait des pressions sur eux parce que la série était inexacte et ils ont donc arrêté en cours de route. Cela n'était pas trop grave puisque le *Washington Post* a publié toute la série quatre mois après que la Cour suprême ait donné la victoire à George W. Bush. Ce n'est pas le genre de couverture des questions difficiles dont l'Amérique du Nord et, en particulier, le Canada ont besoin. Il y a beaucoup d'autres exemples, comme vous le savez.

Dixièmement, un forum Internet DOVE qui combinerait bon nombre des caractéristiques recommandées par M. Kirk Lapointe, du point de vue de l'éducation. J'ai un modèle que vous pouvez examiner, à la page 10. Il s'agit d'un site Web ou d'un centre appelé Centre Internet DOVE. Il y a des participants

can speak to on-line; helpers that go out to run news-seeking programs; high-quality editorial staff; and international reach. It is much cheaper than a newspaper and it might be something for you to explore in terms of getting all those stories, such as PNAC and the theft of the election, and the Canadian equivalents on the air without delay. It would be an inspiration for the rest of our press to cover more of those kinds of issues.

Eleven — next we have the world-class DOVE Research and Development Centre for new media. I have included a picture of five young people because it was my privilege to set up a skunk-works at Southam that explored new media on the streets. The smart money on the street said that young people were two or three years ahead of the rest of the world in the work they were doing but the issues would be different. For the kind of work that this committee is doing, we need good model building; and we need good research on legislation. The Supreme Court and others are handing down decisions that are absolutely inadequately researched around media issues.

There is no doubt that you can liberate enormous talent, energy and creativity in work groups in news rooms and in other places if you pay attention to getting rid of the top-down nonsense that has gone on for far too long. The business of all Canadians is to continue to learn so that we can find our way through the Cs of Change, such as you will see at page 7. Any one of those could wipe us out in the next while. Crowding — we have gone from 1 to 6 billion in a very short time. At 1.2 babies per woman, we may get to 12.8 quite soon and it will then go straight up; in fact, we are at 2.6 babies per woman and we are not doing well with crowding.

Climate is a big one. Just yesterday, there was scientific information released that showed a severe drop in biodiversity of plants with slight changes in climate based on careful research done at Stanford University.

Concerning croplands, the UN tells us there are 30 countries now that do not have enough water to grow their own food. They are telling us that in 15 years it will be much more severe but I have not seen much in the press about that UN report.

Cupidity and cities — we used to learn all about the common good by living in our cities. The U.S. Highways Act of 1948 led a lot of us to live out of town. Now we have one child in four in the urban core living below the poverty line. We could spend a great deal of time on those figures. However, it is the kind of information that means — along with all the traditional reasons in our article in *The Globe and Mail*, which prompted our paragraph in support of what your committee is doing — that we have many new issues on the way.

auxquels on peut s'adresser en direct; des aides qui surveillent les programmes de recherche de nouvelles; des rédacteurs de haut niveau; et une portée internationale. Ça coûte beaucoup moins cher qu'un journal et c'est une idée que vous pourriez peut-être envisager pour assurer la publication de tous ces articles, comme ceux du PNAC et du vol des élections, avec les équivalents canadiens, sans aucun retard. Cela inciterait le reste de la presse à attacher plus d'importance à ce genre de reportage.

Onzièmement, un Centre de recherche et de développement DOVE de qualité mondiale pour les nouveaux médias. J'ai inclus des photographies de cinq jeunes gens car j'ai eu le privilège de mettre sur pied un centre de recherche à Southam qui explorait les nouveaux médias dans la rue. Les gens au courant disaient que les jeunes avaient deux ou trois années d'avance sur le reste du monde du point de vue du travail qu'ils faisaient, mais que les sujets seraient différents. Considérant le genre de travail que fait votre comité, nous avons besoin de construire un bon modèle, et nous avons besoin de bonnes recherches sur la législation. La Cour suprême et les tribunaux publient des décisions qui ne font l'objet d'absolument aucune recherche adéquate du point de vue des médias.

Il ne fait aucun doute qu'on peut libérer beaucoup de talent, d'énergie et de créativité dans des groupes de travail des salles de rédaction et ailleurs si l'on veille à se débarrasser du système du sommet vers la base qui existe depuis beaucoup trop longtemps. L'intérêt des Canadiens est de continuer à apprendre de façon à ce que nous puissions trouver notre chemin dans tous les facteurs de changement que vous trouverez à la page 7. N'importe lequel pourrait nous faire disparaître à très courte échéance. La surpopulation — nous sommes passés de 1 milliard à 6 en très peu d'années. Avec 1,2 bébé par femme, nous serons bientôt 12,8 et ça montera ensuite en flèche. En fait, nous en sommes à 2,6 bébés par femme et nous ne faisons rien contre la surpopulation.

Le climat est un gros problème. Hier encore, on a publié des informations scientifiques révélant une chute brutale de la biodiversité des plantes, avec de légers changements climatiques, sur la base de recherches attentives faites à l'Université Stanford.

En ce qui concerne les terres en culture, l'ONU nous dit qu'il y a actuellement 30 pays qui n'ont pas assez d'eau pour cultiver leurs propres aliments. L'Organisation nous dit aussi que la situation sera beaucoup plus grave dans 15 ans, mais je n'ai rien lu dans la presse à ce sujet.

La cupidité et les villes — autrefois, nous apprenions le bien commun en vivant dans les villes. La U.S. Highways Act de 1948 a amené beaucoup d'entre nous à vivre en dehors des villes. Aujourd'hui, nous avons un enfant sur quatre du centre-ville qui vit sous le seuil de la pauvreté. Nous pourrions discuter longtemps de ces chiffres mais c'est le genre d'information qui signifie — parallèlement à toutes les raisons traditionnelles de notre article du *Globe and Mail*, qui avait suscité notre paragraphe à l'appui de ce que fait votre comité — que nous avons beaucoup de nouveaux problèmes à résoudre.



Why? Well, by the time we wake up, it may be too late. One example and I am finished. If it warms up beyond a certain point, and it looks like it might, the carbon monoxide begins to be released naturally as a process from bogs around the world. At that point, we begin to cook no matter what we decide to do about the Kyoto Protocol, or anything else.

For those who are still being comforted by *The Sceptical Environmentalist*, scientific analysis from Denmark has shredded that best seller. Please, if that is where you are right now, do not stay with it because the Danish committee on integrity in research has decimated it.

**The Chairman:** Mr. Southam, I would draw your attention to the interim report of the Standing Senate Committee on Agriculture and forestry on adaptation to climate change. It was published yesterday and I am certain that you will like its tendencies. The report does not contain recommendations; it is an interim report only.

**Mr. Wilson Southam:** I look forward to that. In fact, our research department probably has it already.

**The Chairman:** Our next witness is Mr. Clark Davey. Truth in advertising compels me to remind everyone that for numerous tumultuous years, Mr. Davey was my boss when he was the publisher of *The Montreal Gazette*. They were tumultuous and stimulating years. Our disagreements were, on occasion, famed and even making it to the pages of the newspaper on one glorious occasion. They were interesting years.

**Mr. Clark Davey, Former Newspaper Publisher:** Yes, I was compelled at one point, as publisher of *The Montreal Gazette*, to correct the editorial board led by your chair on the subject of free trade, on the Saturday before the election.

**The Chairman:** He did not, however, ever change a word of our editorials.

**Senator Graham:** Was that the 1988 election?

**Mr. Davey:** Yes.

**Senator Carney:** Who won?

**Mr. Davey:** The publisher always has the last word if necessary, but if you use it too often you are in big trouble.

**Senator Corbin:** The people spoke.

**Mr. Davey:** Indeed, they did. I should also tell you that I started my life as the barnyard reporter for three years in the late 1940s for the *Chatham Daily News*. I do know something about agriculture in that lovely breadbasket part of our country.

I also learned early on after the Southams joined me in Vancouver that one thing you must never do is allow Wilson to speak ahead of you. He was always the closing speaker at the family dinners that we all enjoyed so much.

Pourquoi? Parce que, quand nous nous réveillerons, il sera peut-être trop tard. Je donne un exemple et je termine. Si ça se réchauffe au-delà d'un certain point, et il semble que ça pourrait être le cas, le monoxyde de carbone commence à être libéré naturellement comme processus des tourbières du monde. À ce moment-là, nous commencerons à cuire, quoique nous décidions de faire sur le Protocole de Kyoto.

Pour ceux qui sont encore rassurés par *The Sceptical Environmentalist*, des analyses scientifiques du Danemark ont mis en pièces ce best-seller. Je vous en prie, si c'est là où vous en êtes maintenant, n'en restez pas là parce que le comité danois sur l'intégrité en recherche l'a complètement démolit.

**La présidente:** Monsieur Southam, j'attire votre attention sur le rapport intérimaire du Comité sénatorial permanent de l'agriculture et des forêts, concernant l'adaptation au changement climatique. Il a été publié hier et je suis sûre que vous aimerez ses tendances. Vous n'y trouverez pas de recommandations, ce n'est qu'un rapport intérimaire.

**M. Wilson Southam:** J'ai hâte de le lire. En fait, notre service de recherche l'a peut-être déjà.

**La présidente:** Le témoin suivant est M. Clark Davey. La vérité m'oblige à rappeler à tout le monde que, pendant de nombreuses années tumultueuses, M. Davey a été mon patron à titre de rédacteur en chef du *Montreal Gazette*. Ce furent des années tumultueuses et stimulantes. Certains de nos désaccords ont été célèbres et ont même parfois trouvé un écho dans les pages du journal. Ce furent des années intéressantes.

**M. Clark Davey, ancien rédacteur en chef:** Oui, j'ai été obligé un jour, à titre de rédacteur en chef du *Montreal Gazette*, de corriger le conseil de rédaction dirigé par votre présidente au sujet du libre-échange, le samedi avant les élections.

**La présidente:** Il n'a cependant jamais changé un mot de nos éditoriaux.

**Le sénateur Graham:** C'était aux élections de 1988?

**M. Davey:** Oui.

**Le sénateur Carney:** Qui a gagné?

**M. Davey:** Le rédacteur en chef a toujours le dernier mot, si c'est nécessaire, mais s'il doit s'en servir trop souvent, il ne durera pas longtemps.

**Le sénateur Corbin:** Le peuple a parlé.

**M. Davey:** En effet. Je peux aussi vous dire que j'ai commencé ma vie comme journaliste de cours de fermes pendant trois ans, à la fin des années 40, pour le *Chatham Daily News*. J'en ai appris beaucoup sur l'agriculture dans ce gentil grenier à grains de notre pays.

J'ai aussi appris une chose, après que les Southam se soient joints à moi à Vancouver, qu'il ne faut jamais laisser Wilson parler avant vous. C'était toujours lui qui parlait en dernier dans les dîners de famille que nous aimions tous tant.

When I retired ten years ago, after 45 fulfilling years in journalism, I and a group of Southam publishers formed a loose organization that meets sporadically. We call ourselves the FIPs, formerly important persons. It is nice to be remembered here today.

You have been remarkably well served by witnesses who appeared at earlier sessions. I thank your clerk for keeping us abreast of all transcripts.

I suspect that an entire generation of journalism students will be reading and learning from those transcripts. It will make a fascinating textbook to help journalists along the road to learning.

Not surprisingly, I identify most closely with the advice that Russell Mills gave you. I succeeded him as publisher of the *Citizen*, and he in turn succeeded me. I simply want to reiterate two points he made, add a few comments briefly and defer to your questions.

Mr. Mills warned that what you do not do might be more important than what you do. It was his way of saying to not do anything that would get governments, at any level or agencies involved in the content of journalism. It is bad enough that some owners are doing that to the detriment of readers, viewers and the public good. Any remedy involving more government influence, because there is obviously some creeping in, would be a cure worse than the current disease.

The other point he made, which was reinforced by other witnesses, most often those with newspaper backgrounds, is that newspapers are a public trust. Even though privately owned, they should be operated in the public and national interest.

I believe that the real reason that this committee came into existence is that public trust has been breached by an ownership group that operates newspapers as if they were licensed to do so, as they are in broadcasting. If CanWest Global had not taken over what used to be the Southam group of newspapers, or if they had continued to operate them in either the Southam or even the much briefer Black tradition, I doubt that this committee would have been created.

I am a journalist, and I deal in the sharp ends of the stick. In my view, the breaches include the plan to impose a national editorial view on all of their newspapers, which has subsided somewhat but has not gone away.

The breach also includes the act of discouragement of an informed debate on the Middle East by the suppression of views and news favourable in any way to Palestinians. There has been a skewing of the discussion of the leadership of Jean Chrétien by making it clear that criticism will be a career-limiting action. That phrase is used a lot in Winnipeg head office.

Quand j'ai pris ma retraite, il y a 10 ans, après 45 riches années dans le journalisme, un groupe de rédacteurs de Southam et moi-même avons formé une sorte d'organisation qui se réunit de temps à autre. Nous nous appelons les PAI, Personnes autrefois importantes. C'est agréable de voir que vous ne nous avez pas oubliés.

Les témoins que vous avez déjà entendus vous ont communiqué des opinions extrêmement intéressantes et je remercie votre greffier de nous avoir tenus au courant avec les comptes rendus.

Je soupçonne qu'une génération complète d'étudiants en journalisme lira ces comptes rendus et y apprendra beaucoup. Ce sera un recueil éducatif absolument incroyable pour les journalistes de demain.

Vous ne serez pas surpris de m'entendre dire que je m'associe étroitement aux recommandations de Russell Mills. Je lui ai succédé comme rédacteur en chef du *Citizen*, et il m'a aussi succédé ensuite. Je voudrais rappeler deux de ses remarques, ajouter quelques commentaires personnels puis répondre à vos questions.

M. Mills m'a dit que ce que vous ne ferez pas risque d'être plus important que ce que vous ferez. C'était sa manière de dire que vous ne devez rien faire qui risque d'amener les gouvernements, quels qu'ils soient, à s'occuper de contenu journalistique. Il est déjà assez regrettable que certains propriétaires le fassent, au détriment des lecteurs, des spectateurs et du bien public. Toute solution qui se traduirait par une influence gouvernementale accrue, et il est évident que le phénomène existe déjà, serait pire que ne rien faire.

Son autre remarque, qui a été reprise par d'autres témoins, dans la plupart des cas ayant travaillé dans le journalisme, est que les journaux sont une sorte de bien public. Même s'ils appartiennent à des propriétaires privés, on doit les gérer dans l'intérêt public et national.

Je pense que la vraie raison pour laquelle votre comité a entrepris ce travail est que la confiance du public a été bafouée par un groupe de propriétaires qui gèrent leurs journaux comme s'ils avaient les pleins pouvoirs, comme dans la radiodiffusion. Si CanWest Global n'avait pas racheté le groupe Southam, ou s'il avait continué de le gérer comme les Southam, ou même pendant la période beaucoup plus brève de Black, je ne pense pas que votre comité eut été créé.

Je suis journaliste et j'ai travaillé en première ligne. À mon avis, les infractions comprennent le plan d'imposition d'une ligne éditoriale nationale à tous les journaux du groupe, tendance qui s'est aujourd'hui un peu atténuée mais qui n'est pas disparue.

Une autre infraction a été le fait de décourager un débat éclairé sur le Moyen-Orient en rejetant l'opinion et les nouvelles favorables de quelque manière que ce soit aux Palestiniens. On a aussi constaté que le débat sur le leadership de Jean Chrétien a été faussé en démontrant clairement que toute critique à cet égard raccourcirait la carrière de son auteur. C'est une expression qu'on utilise beaucoup au siège social de Winnipeg.



There has been the creation of a central assigning and editing news desk in Winnipeg that will, we are told, produce a one-view-fits-all coverage of major Canadian news events and even national reviews of movies and television. This, and the resulting layoffs, with more to come, is being done we are told by CanWest executives in the name of economy at newspapers that, with the exception of the *National Post*, are already very profitable.

I should interpose here that bad things, as Charles Gordon called them in his very good column in the *Ottawa Citizen* on Tuesday, are still happening. I commend that column to you. I also commend to you, if you have not seen it, the long piece in *The Hill Times* yesterday commenting on the most recent dismissals within the national bureau of CanWest.

These four initiatives and some other ancillary events have created a climate of fear that permeates the editorial departments of the CanWest publications. That is probably the very worst thing that has happened. This in turn leads to self-censoring editorial decisions that leave us all the poorer.

I should also mention another import from television that takes away from the credibility of newspapers that employ it. That is the sale of adjacencies, where a client advertiser is guaranteed a friendly editorial environment in the news sections for his advertisements. Adjacencies have also been a factor of life in television, but they have no place in the news sections of our newspapers.

All this is a long way from a public trust in the national interest. The damage, in my view, has been severe and will be lasting.

The committee in the other place took a major step forward last week with its courageous recommendation for a three-year moratorium on cross-ownership between newspapers and broadcasting licences in the same market. Although cross-ownership was not a major issue in its mandate, the members obviously see it as a serious problem and asked the government to act and develop a policy.

My strong belief is that the committee did not go nearly far enough in seeking to reverse the harm that has already been done to the many Canadian newspapers under the thrall of CanWest publications.

What is needed to set that reversal in motion is a recommendation from this committee to take that moratorium one vital step further. That would extend the ban on cross-ownership to all renewals of broadcasting licences and deny those licences to owners already owning newspapers in the same market.

Aside from the inordinate potential for thought control through cross-ownership, which is inimical to the public good, it has been amply demonstrated in the last two years that business and journalistic principles that may make good sense in television do not produce the kind of newspapers Canadian readers have come to expect and appreciate.

Il y a eu aussi la création d'un bureau de nouvelles central à Winnipeg qui, nous dit-on, produira une ligne unique pour la couverture des grands événements canadiens et même pour la couverture nationale du cinéma et de la télévision. Ces décisions, et les pertes d'emploi qui en résultent, et il y en aura d'autres, sont prises, nous disent les dirigeants de CanWest, au nom de la rentabilité de journaux qui, à l'exception du *National Post*, sont déjà très rentables.

J'ajoute ici que d'autres mauvaises choses, comme Charles Gordon le disait dans son excellente chronique du *Ottawa Citizen* de mardi, se font encore. Je vous recommande cette chronique. Je vous recommande aussi, si vous ne l'avez pas lu, le long article de *The Hill Times* d'hier concernant les mises à pied les plus récentes au bureau national de CanWest.

Ces quatre initiatives, et d'autres qui leur sont reliées, ont instauré un climat de peur qui règne dans les salles de rédaction des publications de CanWest. C'était probablement la pire chose qui pouvait arriver car cela débouche sur une autocensure des éditoriaux qui nous appauvrit tous.

Je dois mentionner aussi un autre phénomène importé de la télévision qui nuit à la crédibilité des journaux. Il s'agit de la vente de contiguités, où un annonceur client se voit garantir que ses publicités passeront dans des pages d'articles amicaux. Ces contiguités existent déjà à la télévision mais elles ne devraient jamais exister dans les pages de nouvelles de nos journaux.

Tout ceci nous mène bien loin du bien public et de l'intérêt national. À mon avis, les dommages sont profonds et seront durables.

Le comité de l'autre Chambre a fait un pas décisif, la semaine dernière, avec sa recommandation courageuse d'un moratoire de trois ans sur la propriété croisée de journaux et de stations de radio-télévision dans le même marché. Bien que la propriété croisée n'ait pas été un thème central de son mandat, ses membres ont manifestement jugé que le problème était assez grave pour qu'ils invitent le gouvernement à agir et à adopter une politique.

J'ai la ferme conviction que ce comité n'est cependant pas allé assez loin pour essayer de réparer les torts qui ont déjà été causés à de nombreux journaux canadiens sous l'emprise de CanWest.

Ce qu'il faut faire pour renverser le mouvement, c'est que votre comité adopte une recommandation pour aller encore plus loin avec ce moratoire. Autrement dit, il devrait recommander que l'on interdise la propriété croisée dans tous les cas de renouvellement de licences de radiodiffusion et qu'on refuse d'accorder des licences à des propriétaires qui possèdent déjà des journaux dans le même marché.

Outre le potentiel incroyable de contrôle des idées que cause la propriété croisée, ce qui nuit au bien public, on a largement démontré au cours des deux dernières années que des principes d'affaires et de journalisme qui sont peut-être légitimes en télévision ne produisent pas le genre de journaux que veulent et apprécient les Canadiens.

This policy, the ban on cross-ownership, worked well, as you know, in the 1970s. I believe our business, for it is a business and not a profession as some witnesses want to call it, made an enormous blunder in not fighting to keep it when it was rescinded.

**Senator Graham:** As a person who paid his way through university as the news editor and sports editor for the weekly *Antigonish Casket*, I feel humbled in the presence of such eminent people who have such distinguished and wide backgrounds, individually and collectively.

I am pleased with the interest and the concern that the three of you and others are showing about this study that will uncover problems.

I believe Mr. Wilson Southam mentioned the theft of the election in Florida. At one point I heard you say that was coverage that Canada did not need. Could you clarify?

**Mr. Wilson Southam:** I said that rather than pick on instances in this country of things uncovered — and I do believe there are a few — I would give you two examples of massive questions that were not covered effectively at all in North America.

The first instance I gave you was the Project for the New American Century, which had the distinguished list of people now in the Bush cabinet and elsewhere. That really laid out an agenda for America: sending the UN to a minor role, establishing bases around the world, exchanging six regimes instead of one, and so on.

There was a leak in 1991, but the American military got together and denied that it came from anybody important. It disappeared, except for a couple of points that came up in the last election. Then in 2000, the document is entire, it leaks and is published in September in Scotland. There was nothing to speak of in this country. Then the *Observer* ran a long and articulate piece on it, it made it to CBC recently, a month or five weeks ago.

It is an example of a large topic, with a large agenda, that would have been useful to have before decisions were made in the United States about Iraq. We made a good decision, in my view, in this country, so it is more academic.

The second one is the business of the gerrymandering that went on in Florida by Jeb Bush, the brother of the President, and Katherine Harris. It took two years to prune 87,000 people off the voters list. Later on, because they got to the Supreme Court before the vote count in Florida, it became clear that Bush had not won the election in spite of that.

These are examples of stories that will not be popular in — it is not a club — but with the interest that would have us, as Patrick Watson said to you, all shift the big “c” from our job as “citizens” to our job as “consumers.”

Cette politique d'interdiction de la propriété croisée a bien fonctionné dans les années 70, comme vous le savez. Je crois que notre secteur, car c'est un secteur et non pas une profession, comme certains témoins le disent, a fait une erreur gigantesque en ne résistant pas quand on l'a abolie.

**Le sénateur Graham:** Comme j'ai payé mes études universitaires en étant rédacteur de nouvelles et d'articles sportifs au *Casket*, l'hebdomadaire d'Antigonish, je me sens très humble en présence de personnes aussi éminentes, qui ont fait des carrières aussi remarquables et diverses, individuellement et collectivement.

Je suis très heureux de voir tout l'intérêt que vous portez à l'étude que nous avons entreprise.

C'est M. Wilson Southam, je crois, qui a parlé du vol des élections en Floride. À cette occasion, vous avez dit que c'était le genre de couverture dont le Canada n'avait pas besoin. Pourriez-vous préciser?

**M. Wilson Southam:** J'ai dit qu'au lieu de choisir des exemples d'événements non couverts dans notre pays — et je pense qu'il y en a — je vous donnerais deux exemples de questions cruciales qui n'ont pas été du tout couvertes efficacement en Amérique du Nord.

Le premier exemple était le Projet pour le nouveau siècle de l'Amérique, dont les auteurs font maintenant partie du Cabinet Bush, entre autres. Ce projet a dressé un programme pour l'Amérique: ramener l'ONU à un rôle mineur, ouvrir des bases dans le monde entier, remplacer six régimes au lieu d'un seul, et cetera.

Il y a eu une fuite en 1991 mais l'Armée américaine a fait front en niant que le document émanait de personnalités importantes. De fait, il est disparu de la circulation, à l'exception de quelques éléments qui ont vu le jour aux dernières élections. Puis, en 2000, c'est le document en entier qui a fait l'objet d'une fuite et qui a été publié en Écosse, au mois de septembre. On n'en a quasiment pas parlé chez nous. Plus tard, l'*Observer* a publié un long article très sérieux à ce sujet, et CBC en a fait un reportage il y a à peu près un mois.

Voilà un exemple de questions importantes, avec de très vastes retombées, qu'il eut été utile de connaître avant que des décisions soient prises aux États-Unis au sujet de l'Iraq. Nous avons pris la bonne décision, à mon avis, au Canada, et c'est donc plus théorique.

La deuxième question concerne les manipulations électorales entreprises en Floride par Jeb Bush, le frère du président, et Katherine Harris. Il leur a fallu deux ans pour éliminer 87 000 personnes des listes électorales. Plus tard, avant qu'ils n'aient devant la Cour suprême à cause du décompte des voix en Floride, il est devenu évident que Bush n'avait pas gagné les élections, malgré ça.

Voilà des exemples de sujets qui ne seront pas populaires — ce n'est pas un club — mais qui devraient nous intéresser à une époque où nous devenons tous, comme l'a dit Patrick Watson, des «consommateurs» plutôt que des «citoyens».



There has been a huge shift in the public information around what our functions are as a society. It shows up in the excellent ignorance figures that were printed, broken by the CBC just this week, on who hates who around the world and who knows what in the United States. We do know that the United States adult functional illiteracy rate is approaching 42 per cent.

We know that the last time Southam looked, the functional adult illiteracy rate was 25 per cent. This figure was in a study done by Peter Calamai.

There are things that are not being covered in a narrower media environment. It is serious because so much of what you hear on the Internet is newspaper stories. Therefore, if they are not happening in the newspaper, they are not happening to an extent on the Internet either.

Those are two examples of large contentious issues that should have been on the table as information before decisions were made about going to war and not going to war, and related issues, like, did the president win the election in the United States?

**The Chairman:** This is fascinating, but I wonder if you could —

**Mr. Wilson Southam:** Be less verbose?

**The Chairman:** Not, not verbose, but I am gazing at the clock.

**Mr. Wilson Southam:** You have Jim Travers coming in and I want to stay and hear that.

**Senator Graham:** I agree with you because I think that the coverage of events like the theft of the election in Florida, were extremely important for the rest of the world to know, because we send people, including myself, around the world, trying to encourage democracy. We tell people that they have nothing to fear from democracy, because the heart of democracy is a secret ballot.

I talked with President Jimmy Carter, with whom I have done some election-observing around the world. He said we would not have even observed the election in Florida, because the election laws from city to city and from county to county, were not uniform. That is another story.

What did you think, collectively, of the coverage of the war on Iraq by CBC? We had somebody here who said that it was not balanced?

**Mr. Wilson Southam:** I think we should run Private Lynch for president. We now know that Private Lynch was not a combatant, she was not injured in battle, the Iraqis were trying to return her for a day and a half and were being shot at. The whole thing was a staged news event. We have shots on the Internet of the square where the statue was toppled. We have photographs of the Iraqis brought back from abroad by the Americans, coming in at the airport. We have close-ups of the people who were up on the statue, the crew they brought in. If you look at the Web site where that statue was, if you look at the

Il y a eu un changement énorme dans l'information publique concernant nos fonctions comme société. Cela ressort des excellents chiffres d'ignorance qui ont été publiés cette semaine par CBC sur qui est qui dans le monde et qui connaît quoi aux États-Unis. Nous savons que le taux d'analphabétisme fonctionnel des adultes aux États-Unis approche de 42 p. 100.

Nous savons aussi que le taux était de 25 p. 100 la dernière fois que Southam s'est penché sur la question. Ce chiffre faisait partie d'une étude réalisée par Peter Calamai.

Voilà les choses dont on ne parle pas dans un environnement médiatique restreint. C'est grave car la majeure partie des choses que vous lisez sur Internet viennent des journaux. Donc, si on n'en parle pas dans les journaux, on n'en parlera pas non plus sur Internet.

Je vous donnais là deux exemples de questions controversées importantes qui auraient dû être dévoilées avant que des décisions ne soient prises au sujet de la guerre et de questions connexes, comme savoir si le président avait vraiment gagné les élections aux États-Unis.

**La présidente:** C'est fascinant mais je me demande si vous pourriez...

**M. Wilson Southam:** Être moins prolixe?

**La présidente:** Non, pas moins prolixe, mais je vois que le temps passe.

**M. Wilson Southam:** Vous allez accueillir Jim Travers et je tiens à rester pour l'écouter.

**Le sénateur Graham:** Je suis d'accord avec vous car je pense que des événements comme le vol des élections en Floride sont très importants pour le reste du monde étant donné que nous envoyons des gens, comme moi-même, dans le monde entier pour tenter d'encourager la démocratie. Nous disons aux gens qu'ils n'ont rien à craindre de la démocratie parce que le cœur de la démocratie est le vote secret.

J'ai discuté avec le président Jimmy Carter, avec qui j'ai observé certaines élections à l'étranger. Il me disait que nous n'aurions même pas pu observer les élections en Floride étant donné que les lois électorales varient d'une ville à l'autre et d'un comté à l'autre. Mais c'est une autre histoire.

Collectivement, qu'avez-vous pensé de la couverture de la guerre en Irak par CBC? L'un de nos témoins nous a dit que ce n'était pas équilibré.

**M. Wilson Southam:** Je pense que le soldat Lynch devrait être candidate à la présidence. Nous savons aujourd'hui qu'elle ne faisait pas partie des combattants, qu'elle n'a pas été blessée durant une bataille, que les Irakiens essayaient de la rendre aux Américains depuis un jour et demi et qu'on leur tirait dessus. Tout cela a été monté de toutes pièces. Nous avons sur Internet des photographies de la place où la statue a été renversée. Nous avons des photographies d'Irakiens arrivant à l'aéroport, de retour de l'étranger, ramenés par les Américains. Nous avons des gros plans des gens qui étaient sur la statue et de l'équipe qu'ils ont fait venir.

photographs, you will find that the square is empty except for the small cast in front of the cameras that are tearing it down. I think it was a managed news event, yes.

**Senator Graham:** With respect to your open letter, you say in the final paragraph, before you list the people who signed it.

We believe such study, reporting and commentary are important and timely, particularly as some media owners are now seeking approval for increased foreign ownership of our media.

Why is that necessary?

**Mr. Wilson Southam:** To have increased foreign ownership?

**Senator Graham:** Yes.

**Mr. Wilson Southam:** If you have a larger bidding market, prices go up. Huge debts were incurred to make the acquisitions out there. There may be many other noble reasons, but in fact it is about cleaning up the debt and keeping as much as you can, if the market were to sag, as it may well with the American money market. Those people are enormously exposed to risk. I do not think we want Walt Disney talking to us any more than he does right now, so I think more foreign ownership is a big mistake.

**Senator Carney:** In the interests of disclosure, I want to say that I worked for Southam as a journalist and a columnist for most of 15 years, I think it was under Southam ownership. Just as a matter of record, when Southams bought the two newspapers in the same town, the *Province* and the *Sun*, we were not allowed in each other's newsrooms. It was possible to put out two different newspapers; two different voices, with a centralized location, with centralized distribution, with editorial diversity because we were simply not permitted in each other's newsrooms.

This is a fascinating subject and we could go on forever. I want to bring it back to the focus of the committee and ask Clark Davey, particularly, what is the role of government in this kind of situation?

We all, or many of us, share your concerns about the centralization of power, not just in newsrooms but also in circulation. My understanding is that a factor in the *Victoria Times* columnists' strike was the concept of taking all the *Victoria* circulation and centralizing the control of that in Winnipeg?

While we may dislike it, think it is terrible, and object to it, what is the role of government versus the marketplace? You have mentioned two things and we appreciate that.

You have mentioned the CRTC-type of control over the renewal of licences, radio and television, where there is cross-ownership. Other witnesses have indicated competition

Si vous regardez le site Web où se trouvait la statue, si vous regardez les photographies, vous verrez que la place est vide, à l'exception d'une petite base en face des caméras, qu'ils démolissent. Je pense que cela aussi a été monté de toutes pièces.

**Le sénateur Graham:** En ce qui concerne votre lettre ouverte, vous dites au dernier paragraphe, avant la liste des gens qui l'ont signée:

Nous croyons que ces études, reportages et commentaires sont importants et opportuns, notamment parce que certains propriétaires de médias essaient aujourd'hui d'obtenir l'approbation d'accroître la propriété étrangère dans nos médias.

Pourquoi est-ce nécessaire?

**M. Wilson Southam:** D'avoir une propriété étrangère accrue?

**Le sénateur Graham:** Oui.

**M. Wilson Southam:** Si vous élargissez le marché, les prix montent. De grosses dettes ont été assumées pour faire certaines acquisitions. Il y a peut-être d'autres raisons plus nobles mais il s'agit en fait d'éliminer la dette et de garder le plus d'argent possible pour soi, au cas où le marché devrait s'effondrer, et on peut fort bien faire ça avec de l'argent américain. Ces gens sont incroyablement exposés au risque. Je ne pense pas que nous souhaitons que Walt Disney nous parle encore plus qu'il ne le fait déjà et je pense qu'accroître la propriété étrangère serait une erreur énorme.

**Le sénateur Carney:** Dans l'intérêt de la divulgation, je dois dire que j'ai travaillé pour Southam, comme journaliste et chroniqueuse, pendant plus de 15 ans, à l'époque où les Southam étaient encore propriétaires, je crois. Quand les Southam ont acheté les deux journaux de la même ville, le *Province* et le *Sun*, nous n'étions pas autorisés à aller dans la salle de rédaction de l'autre journal. Il était donc possible de produire deux journaux différents, avec deux points de vue différents, à partir d'un centre de production unique, avec un système de distribution centralisé, tout en respectant la diversité d'opinions car nous n'avions simplement pas le droit d'aller dans l'autre salle de rédaction.

Ce débat est fascinant et pourrait durer longtemps. Je voudrais revenir au thème de la séance et demander à Clark Davey, en particulier, quel est le rôle du gouvernement dans ce genre de situation?

Nous partageons tous, ou beaucoup d'entre nous, vos préoccupations au sujet de la centralisation du pouvoir, pas seulement dans les salles de rédaction mais aussi du point de vue de la distribution. Je crois comprendre que l'un des facteurs de la grève des chroniqueurs du *Victoria Times* était que l'on voulait centraliser totalement à Winnipeg la distribution à *Victoria*.

Même si ça nous déplaît, si nous pensons que c'est catastrophique, quel est le rôle du gouvernement par rapport au marché? Vous avez mentionné deux choses que nous apprécions.

Vous avez mentionné un contrôle de type CRTC sur le renouvellement des licences de radio et de télévision en cas de propriété croisée. D'autres témoins nous ont dit que réglementer



policy is a legitimate area of government; to strengthen competition policy so there is not an over-dominance in any market place.

Aside from tools like that, what actually can the government do as a government, versus the marketplace, in correcting the imbalance? In the marketplace, Canadians have shown that they do not care for the *National Post*. It is losing a lot of money. What would happen if you just left it to the marketplace, given the fact we have a diversity of sources? We do have the Internet. We do have a lot of weeklies and smaller papers. We do have other sources of information, particularly for the youth. I am just asking you, what can we do about it, beyond the tools that government already possesses, and keeping in mind the traditional freedom of the press?

**Mr. Davey:** One correction, the strike in Victoria was really about the fact that mailers who have to be able to count to 12 and tie their shoe laces to qualify for the job — they work in the mail rooms, shipping out the bundles — they wanted to hang on to their \$37 per hour salary. That is really what the strike was about. There was some problem with centralizing complaint calls.

If you complain to the *Ottawa Citizen* about non-delivery, your call is answered in Winnipeg. I do not have a problem with centralization of call rooms.

What can the government do and what should the government do? Not very much. I see the CRTC control over licensing of broadcasting, as a legitimate role for that agency, and if there was a policy in effect now, as there was in the 1970s, we would not be in the mess we are in with CanWest Newspapers because CanWest would not own any of the newspapers.

If there was a policy put in place, I would argue that renewal of licences for broadcasting would not be considered for people who own newspapers. CanWest — some of them might be happy to do this, because the newspapers are an awful pain in the rectum for them — I am sure their decision would be to divest themselves of the newspapers. While the newspapers are very profitable — 30 per cent return on revenue for most of the big newspapers in their group — television is even more profitable; radio too, but television in particular.

**Senator Carney:** So you say, not very much. Now, in terms of competition policy, Southam has dominated their markets. Is there any area of competition policy that you think could be strengthened to reduce the centralization of control?

**Mr. Davey:** The competition policy in this country is almost a joke in terms of its effectiveness. The competition investigators visited me when I was publisher of the *Sun* in Vancouver. They came in, literally, and took material — they were so thorough, I was impressed by them. They found things I had lost in my own office, including the report that I was looking for of the judgment which sanctified the arrangement in Vancouver; and which was one of the reason why Paddy Sherman, as publisher of the

la concurrence est un champ d'action légitime du gouvernement, de façon à renforcer la concurrence pour éviter une domination excessive du marché.

Outre ce genre d'outils, que peut faire concrètement le gouvernement, par rapport au marché, pour redresser la balance? Sur le marché, les Canadiens ont montré qu'ils ne s'intéressent pas au *National Post*. Il perd beaucoup d'argent. Que se passerait-il si on s'en remettait totalement au marché, étant donné que nous avons une diversité de sources? Il y a l'Internet. Il y a beaucoup d'hebdomadaires et de petits journaux. Il y a d'autres sources d'information, surtout pour les jeunes. Je vous demande donc simplement qu'est-ce qu'on peut faire, à part les outils dont dispose déjà le gouvernement, et en gardant à l'esprit la liberté traditionnelle de la presse?

**M. Davey:** Je voudrais corriger une chose. La grève de Victoria portait plutôt sur le fait que les distributeurs qui doivent pouvoir compter jusqu'à 12 et nouer eux-mêmes leurs lacets pour être admissibles à l'emploi — ils travaillent dans les salles du courrier, pour expédier les paquets de journaux — voulaient garder leur salaire de 37 \$ l'heure. Voilà sur quoi portait la grève. Il y a eu aussi un problème de centralisation des appels de plaintes.

Si vous vous plaignez au *Ottawa Citizen* parce que votre journal n'a pas été livré, c'est de Winnipeg qu'on vous répond. Je n'ai pas de problème avec la centralisation des salles d'appel.

Que peut faire le gouvernement, que devrait-il faire? Pas grand-chose. Je pense que le contrôle du CRTC sur les licences de radiodiffusion est un outil légitime dans ce contexte et, s'il y avait une politique en vigueur aujourd'hui, comme dans les années 70, nous n'en serions pas où nous en sommes aujourd'hui avec CanWest Newspapers parce que CanWest ne posséderait pas de journaux.

S'il y avait une politique, je pense qu'on n'envisagerait même pas de renouveler des licences de radiodiffusion à des propriétaires de journaux. CanWest — certains d'entre eux en seraient peut-être heureux car les journaux leur causent d'énormes problèmes — déciderait certainement de se débarrasser des journaux. Certes, ils sont très rentables — 30 p. 100 de taux de rendement pour la plupart des grands journaux de leur groupe — mais la télévision l'est encore plus, tout comme la radio.

**Le sénateur Carney:** Vous dites donc, pas grand-chose. Pour ce qui est de la concurrence, Southam a dominé ses marchés. Y a-t-il un domaine quelconque de la politique de la concurrence qui pourrait à votre avis être renforcé pour réduire la centralisation du contrôle?

**M. Davey:** La politique de la concurrence du Canada n'est qu'une vaste blague, du point de vue de son efficacité. Des enquêteurs de la concurrence m'ont rendu visite quand je publiais le *Sun* à Vancouver. Ils sont littéralement venus dans nos bureaux et ont pris des documents — ils étaient tellement minutieux qu'ils m'ont beaucoup impressionné. Ils ont trouvé des choses que j'avais perdues dans mon propre bureau, notamment le rapport que je cherchais sur le jugement qui avait entériné l'arrangement

*Province*, and myself, as publisher of the *Sun*, only met in what we called the competition boardroom, which was the joint boardroom that joined the two places.

I think there is a legitimate role for a competition policy in the country. If you will remember, the Irvings, I believe, were called in front of the Competition Bureau. You would remember this, senator, I think, back in the 1970s. Nothing happened. There was not then, and there is not now, enough teeth in the Competition Act.

**Senator Carney:** Maybe we can pursue that, because that is an area of government where we have concerns we can look at. As a publisher, maybe you could answer a question that a lot of us cannot. If you have convergence, like we have, where one owner owns the television station, the radio station —

**Mr. Davey:** And a sports team.

**Senator Carney:** Yes, and a sports team, and a whole lot of platforms, where do you take your profits? This is the big question of convergence. Everyone is converging and buying all these different elements because they are supposed to be more efficient, make more money, but where do you actually take them?

**Mr. Davey:** Senator, convergence is not making money for anybody at this point. Three and four years ago, people were flocking out of Canadian operations to Florida to visit the two locations where convergence was supposed to be working like a charm, St. Petersburg and Orlando. When they got there, they were knocked over by what they were doing in terms of convergence, creating a variety of platforms off one person's back, in a sense. At the end of the day, they were all taken aside and told quite candidly, we have not figured out how to make money out of this.

**Senator Carney:** So as a business model, the case for convergence is still to be proven?

**Mr. Davey:** It is still to be proven. I am a strong believer in the new technology and all the ramifications. I believe, at some point down the road, someone will come upon the right formula for making convergence work, for making it profitable. I am offended now, by going to most of the newspaper Web sites in Canada and being assaulted — before I am allowed to see what they are offering me on the Web site — by an advertisement that I have to get rid of before I can see what the news is.

**Senator Carney:** The youth is getting its information mainly by the Internet. I learned that you do not start reading newspapers until you have assets. People start reading newspapers when they have a car or a house — they want to know what their car is worth — then they get the paper to read the classifieds. Youth has never been a big market for newspapers. However, increasingly, young people are getting their news off the Internet. Do you see a day when newspapers become irrelevant to today's Internet addicts? Are we talking about something that is not relevant?

de Vancouver, et qui était l'une des raisons pour lesquelles Paddy Sherman, éditeur du *Province*, et moi-même, éditeur du *Sun*, ne nous rencontrions que dans ce que nous appelions le salon de la concurrence, qui était la salle de réunion commune aux deux journaux.

Je pense que la politique de la concurrence a un rôle légitime à jouer dans ce pays. Souvenez-vous, ce sont les Irving, je crois, qui ont été sommés à comparaître devant le Bureau de la concurrence. Vous vous en souvenez certainement, sénateur, c'était dans les années 70. Ça n'a rien produit. La Loi sur la concurrence n'avait à l'époque aucun effet et elle n'en a toujours aucun.

**Le sénateur Carney:** Nous pourrions peut-être continuer sur ce sujet car c'est un champ de l'action gouvernementale qui nous préoccupe beaucoup. En tant que rédacteur en chef de journaux, vous pourriez peut-être répondre à une question qui nous préoccupe: lorsqu'il y a convergence, comme aujourd'hui, où un propriétaire possède la station de télévision, la station de radio...

**M. Davey:** Et l'équipe sportive.

**Le sénateur Carney:** Oui, et l'équipe sportive, et beaucoup de plates-formes, d'où viennent les profits? Voilà le gros problème de la convergence. Tout le monde converge et achète tous ces éléments différents parce que c'est censé produire des gains d'efficacité et plus de profits, mais d'où viennent-ils vraiment?

**M. Davey:** Sénateur, jusqu'à présent, personne n'a encore fait de profits avec la convergence. Il y a trois ou quatre ans, les Canadiens se précipitaient en Floride pour aller voir les deux endroits où la convergence était censée fonctionner comme un charme, St. Petersburg et Orlando. Arrivés là-bas, ils ont été impressionnés par ce qu'on y faisait en matière de convergence, en créant diverses plates-formes sur le dos d'une même personne, dans un sens. À la fin de leur séjour, on les a pris à part et on leur a dit très franchement que personne n'avait encore trouvé le moyen de gagner de l'argent avec ça.

**Le sénateur Carney:** Donc, sur le plan commercial, la convergence n'a pas encore fait ses preuves?

**M. Davey:** C'est tout à fait ça. Je crois beaucoup à la nouvelle technologie et à toutes ses ramifications et j'ai la conviction que quelqu'un finira un jour par trouver la bonne formule pour tirer des profits de la convergence. À l'heure actuelle, je suis choqué, quand je visite les sites Web de la plupart des journaux du Canada, d'être agressé — avant même de voir ce qu'ils ont à m'offrir — par des publicités dont je dois me débarrasser pour pouvoir lire les nouvelles.

**Le sénateur Carney:** Les jeunes obtiennent la majeure partie de leurs informations par Internet. J'ai appris qu'on ne commence pas à lire de journaux tant qu'on n'est pas devenu propriétaire d'une automobile, ou d'une maison — ils veulent savoir ce que vaut leur voiture — et ils lisent alors les petites annonces. La jeunesse n'a jamais été un gros marché pour les journaux. Cela dit, de plus en plus de jeunes trouvent les nouvelles sur Internet. Croyez-vous que le jour arrivera où plus personne ne lira de journaux, à cause d'Internet? Sommes-nous en train de discuter de quelque chose qui est voué à disparaître?



**Mr. Davey:** I think not. One of the newspaper groups in the States invested a large amount of money in what Mr. Southam refers to as a “skunk works” — a think-tank about new technology.

**Mr. Wilson Southam:** There is no line of authority over it; it is free to go where it wishes.

**Mr. Davey:** He was set up in Boulder, Colorado, working for the newspaper group. He produced a machine that looked almost like a toaster, literally. I went and visited him, and I think Mr. Southam was with us on that trip. You would program the machine the night before as you would a computer, and in the morning, it would have gone through the news databases and selected out whatever you wanted. Popping out of the toaster-like machine, which was really a computer, was a tablet that you could take to the bathroom with you, which was one of the arguments that people made for the future of newspapers — as long as you can take them to the bathroom, they will still be around.

**Senator Carney:** You still can take them to the bathroom.

**Mr. Davey:** You have to learn how to fold them properly. That toaster concept, and the tablet concept, was technologically okay; but, again, no one could come up with a business plan for it. That was back in 1990 or 1991, and it actually worked. We saw it.

**Senator Carney:** It is a whole new concept that audiences want news on demand. They do not want to read a whole newspaper or watch television necessarily; they want to be able to get what they want it, when they want it and in the form they want. That is where the media business is going.

**Mr. Davey:** And they do not want to have to click to see a second screenful.

**Senator Carney:** Thank you very much. I wish all the witnesses at the Senate committees that I sit on were as refreshing as you.

**The Chairman:** We have been having a pretty good run.

**Senator Gustafson:** I want to thank you for a very interesting morning. I grew up in a Social Credit family when my father ran; and I came to the conclusion that they were just good Conservatives because the world would not adopt the Douglas theory of putting money in by credit instead of debt. So I gave up on it. However, there is a lot of good thought about that situation, and I really appreciated your note on that, Mr. Southam, because I went through the same thing myself.

One set of paper media — one set of media for Canada. I am also afraid, as a Conservative, that we are heading for one-party rule in Canada. That bothers me. My real question concerns rural neglect.

I seem to be the lone voice around here — I am getting some support. Agriculture in Canada is hurting severely. The media coverage is very important, as to its balance in how it responds to

**M. Davey:** Je ne le crois pas. L'un des groupes de journaux des États-Unis a investi beaucoup d'argent dans ce que M. Southam a appelé un centre d'étude — un centre de réflexion sur la nouvelle technologie.

**M. Wilson Southam:** Il n'y a pas d'autorité dans ce groupe. Il est libre d'aller où il veut.

**M. Davey:** Il a été mis sur pied à Boulder, au Colorado, pour ce groupe de journaux. Il a produit une machine qui ressemble littéralement à un grille-pain. Je suis allé le visiter, et je pense que M. Southam était avec nous à cette occasion. On pouvait programmer la machine la veille au soir, comme un ordinateur, et elle consultait toutes les nouvelles bases de données pendant la nuit pour vous donner au matin les informations que vous vouliez. Vous pouviez appuyer sur un bouton pour faire sortir une plaque, comme d'un grille-pain, qui était en fait un ordinateur, une tablette que vous pouviez emporter à la salle de bains avec vous, et c'était d'ailleurs l'un des arguments que l'on avait avancés au sujet de l'avenir des journaux — tant qu'on pourra les lire à la salle de bains, ils subsisteront.

**Le sénateur Carney:** On peut encore le faire.

**M. Davey:** Mais il faut apprendre à les plier correctement. Le concept du grille-pain, le concept de cette tablette informatique, était valable sur le plan technologique mais personne n'a été capable de formuler un modèle rentable. C'est en 1990 ou 1991 que nous l'avons vu.

**Le sénateur Carney:** C'est un tout nouveau concept pour les gens qui veulent des nouvelles sur demande. Ils ne veulent pas lire un journal au complet ni regarder la télévision, ils veulent seulement obtenir ce qu'ils souhaitent sur-le-champ, quand ils le veulent et sous la forme qu'ils le veulent. C'est ça l'avenir des médias.

**M. Davey:** Et ils ne veulent pas être obligés de cliquer sur un deuxième écran.

**Le sénateur Carney:** Merci beaucoup. J'aimerais que tous les témoins des comités du Sénat dont je fais partie soient aussi intéressants que vous.

**La présidente:** Nous en avons eu une très bonne série.

**Le sénateur Gustafson:** Je vous remercie de nous faire participer à une matinée très intéressante. Je viens d'une famille du Crédit social, et mon père avait été candidat. Je suis parvenu à la conclusion que c'était simplement de bons Conservateurs parce qu'ils rejetaient la théorie de Douglas, concernant l'argent à crédit plutôt que l'endettement. J'ai fini par renoncer. Quoi qu'il en soit, il y avait beaucoup de bonnes choses dans cette situation et j'ai beaucoup apprécié ce que vous en avez dit, monsieur Southam, parce que je suis passé par là aussi.

Un groupe de journaux — un groupe de médias pour le Canada. En tant que Conservateur, je crains aussi que nous n'allions vers un parti unique pour le pays. Ça m'inquiète. Mais ma question concerne les régions rurales.

Je semble être le seul à en parler ici — j'obtiens certains appuis. L'agriculture connaît de graves difficultés au Canada. La couverture médiatique est très importante pour assurer un

the urban centres and rural. If I may use the problem in the cattle industry just now, there was a lot of coverage on the scare part, but very little coverage on the hurt part of what was happening.

That triggers something that Alvin Hamilton mentioned to me when I first ran in 1979. He said there is an undeclared war in Canada between the urban centres and rural Canada. I have often thought of that. We are facing some very serious problems. This is a wonderful country. We have everything in natural resources that anybody in the world could want; and it seems that our profits are made in the natural resources — whether it is agriculture, forestry, oil, gas, mining, you name it — but how much of it stays there? We have forgotten our roots.

Mr. Southam commented on the fact that we were dropping in the toilet on it. I would like to hear your comments on that.

**Mr. Wilson Southam:** One of the things that strikes you — and it came up with all the numbers — is the British spend \$3.9 billion on their public sector.

They have twice our population. We are under \$1 billion. The CBC was doing a good job locally and regionally. It is largely closed down because we decided it is an area to save money rather than have a national strategy around the quality of broadcasting. We were asked specific questions about private-sector activities of newspapers.

One of your witnesses said that there are limits and controls for what you would like to do there, such as the Competition Act, or whatever. You really want to look at what the public sector could do to balance the situation, because there are huge appetites and power tied up in this. There are many sacred documents about interference. Tie up with constraining your activities to improving the quality of coverage in that private stratum of the box, the matrix I talked about at the beginning.

One of the ways to do it is give the public broadcaster a clear mandate to cover this country and do the job, whether it is Inuit communities or street people or all sorts of things that get little coverage. You need to pay for it. It is certainly within the purview of your study. If you are at a point where you think the issues are important in a balanced way, you could shift some of the attention back to public answers, such as the model for media centre supported by the Internet. It could do a job there.

**Senator Spivak:** It is quite comforting to know that there is a group like yours out there, of which I was not aware. I cannot tell you how much I appreciate hearing your views this morning.

By the way, I suppose you know that Senator Gore is now looking at setting up a competing media outlet. I do not know if it is newspapers or television. It would present, as he puts it, the liberal side in the United States. That will be tough.

**The Chairman:** Is he a senator?

équilibre entre les centres urbains et ruraux. Si je peux prendre l'exemple de l'industrie du bétail, on a beaucoup parlé dans la presse de ce qui faisait peur, mais on a très peu parlé des dommages que cela a causés dans les campagnes.

Ceci me fait penser à ce que me disait Alvin Hamilton lorsque j'ai présenté ma candidature pour la première fois, en 1979. Il m'a dit qu'il y avait une guerre larvée au Canada entre les villes et les campagnes. Je l'ai souvent pensé aussi. Nous faisons face à des problèmes très graves. Ce pays est merveilleux, nous avons tout ce que nous pourrions vouloir en ressources naturelles, et il semble que nous réalisions des profits avec les ressources naturelles — que ce soit l'agriculture, les forêts, le pétrole, le gaz, les mines, et cetera. — mais quelle proportion reste ici? Nous avons perdu nos racines.

M. Southam disait que tout cela était en train de passer aux oubliettes. J'aimerais savoir ce que vous en pensez.

**M. Wilson Southam:** L'une des choses qui me frappent — et on a trouvé ça avec tous les chiffres — c'est que les Anglais ont consacré 3,9 milliards de dollars à leur secteur public.

Ils ont deux fois notre population. Nous sommes à moins d'un milliard. CBC fait du bon travail, localement et régionalement. Elle a plus ou moins fermé ses portes parce que nous avons décidé que c'est un secteur où on peut économiser de l'argent, au lieu d'avoir une stratégie nationale sur une radiodiffusion de qualité. On nous a posé des questions précises sur les activités du secteur privé dans la presse écrite.

L'un de vos témoins a dit qu'il y a des limites à ce que vous pouvez faire, par exemple avec la Loi sur la concurrence. Vous devriez vous pencher sérieusement sur ce que le secteur public pourrait faire pour rééquilibrer la situation, parce qu'il y a des appétits énormes et beaucoup de pouvoir est relié à ça. Il y a beaucoup de documents sacrés sur l'ingérence. Reliez ça à la limitation vos activités pour améliorer la qualité de la couverture dans cette partie privée de la case, la matrice dont je parlais au début.

L'une des méthodes est de donner au radiodiffuseur public le mandat clair de couvrir le pays, qu'il s'agisse des communautés autochtones, des sans-abri ou de toutes les autres choses dont on parle très peu. Il faut payer pour ça. C'est certainement dans le cadre de votre étude. Si vous arrivez à conclure que la notion d'équilibre est importante, vous pourriez renvoyer une partie de votre attention vers des réponses publiques, comme le modèle du centre de média par Internet. Ça pourrait donner des résultats.

**Le sénateur Spivak:** Il est très rassurant de savoir qu'il existe un groupe comme le vôtre, dont je n'avais pas entendu parler. Je ne peux vous dire combien je suis heureuse de vous avoir entendu ce matin.

Au fait, je suppose que vous savez que le sénateur Gore envisage maintenant de mettre sur pied un organisme médiatique concurrent. Je ne sais pas si ce sera un journal ou une chaîne de télévision. Il s'agirait, comme il dit, de présenter le côté libéral aux États-Unis. Ce sera difficile.

**La présidente:** Est-il sénateur?



**Senator Spivak:** I am sorry, former Vice-President Gore. They never lose their titles. I did not realize that the *Manchester Guardian* is a non-profit paper. How is it non-profit?

You seem to be in favour of a non-profit newspaper in this country, which I think is a great idea, even though it has been pilloried a great deal. How would this come about? What are the auspices? Who would pay for it? How do you suggest that be done?

**Mr. Wilson Southam:** If you go to the Web site that is in the booklet under that point, you will find the Guardian Media Group with a complete description of how it came about in 1936 when there was a death due to these issues so a family put a newspaper trust. They have since built a large for-profit operating group, and it seems to it that *The Guardian* is secure.

*The Guardian*, based on its track record is able to talk about anything it wants, and to hell with the advertising level. The *Nation* is apparently structured similarly.

How would you go about it? The Southams missed their chance. We should have given our shares to the national trust and set up a parallel thing. It was all there at the time.

You could identify a newspaper that you thought was run by professionals and was well-placed. Perhaps it should not be in Toronto. Buy it and turn it over on a trust basis to a mix of government and other people, and let it go to work. Give it a clear mandate that is broad, and do not stick your nose in it. It needs to be funded so it cannot be interfered with by the Privy Council changing its mind on a Wednesday.

It needs to be up and running. Let it buy some supportive for-profit smaller organs as they did in England. They grew with it.

**Senator Spivak:** It is not just the fact that we have concentration of ownership. It is also the fact that we have dumbed down the populace.

If you look at what gets the most viewers, it is the sensationalism — the tabloids, reality TV, things like that. I think we missed the boat in that we did not have competing exposure. Our symphonies are not being attended because people have not listened to them. They are listening to that noise.

That problem will be very difficult to counter, because people vote with their feet. I do not know what the circulation of *Harper's* is, but I will bet you it is not anywhere near all those tabloids in the states. What are your views on that?

**Mr. Davey:** One thing you should understand is that newspaper ownership is much less concentrated now than it was ten years ago. Osprey has the largest number of titles, 22. It was brought to life by young Mr. Sifton. He has 22 titles in small Ontario dailies. The concentration of ownership is not as big a problem.

**Senator Spivak:** Is that the Winnipeg Mr. Sifton?

**Le sénateur Spivak:** Veuillez m'excuser, l'ex-vice-président Gore. Ils ne perdent jamais leur titre. Je ne savais pas que le *Manchester Guardian* était un journal à but non lucratif. Comment est-ce possible?

Vous semblez être favorable à la création d'un journal à but non lucratif au Canada, et je pense que c'est une merveilleuse idée, même si elle a déjà suscité beaucoup d'opposition. Comment pourrait-on faire? Quels seraient les auspices? Qui paierait pour ça? Comment suggérez-vous qu'on fasse?

**M. Wilson Southam:** Si vous allez sur le site Web qui est mentionné dans le document, vous trouverez le Guardian Media Group, avec une description complète de la création du journal en 1936, lorsqu'il y a eu un décès à cause de ces questions et qu'une famille a créé une fiducie pour le journal. Ils ont depuis bâti un grand groupe à but lucratif qui veille à ce que le *Guardian* soit protégé.

Le *Guardian*, si l'on en juge d'après son histoire, peut parler de tout ce qu'il veut sans s'occuper de publicité. Le *Nation* est apparemment structuré de la même manière.

Comment faire? Les Southam ont raté leur chance. Nous aurions dû donner nos actions à la fiducie nationale et créer autre chose en parallèle. Tout était là à l'époque.

On pouvait identifier un journal qui était géré par des professionnels et qui était bien placé. Il ne faudrait peut-être pas le faire à Toronto. Il faudrait l'acheter et le remettre à un groupe composé de représentants du gouvernement et d'autres parties et les laisser faire leur travail. Il faudrait leur donner un mandat clair mais large et ne pas mettre le nez dans leurs affaires. Il faudrait qu'il soit bien financé pour que le Conseil privé ne puisse pas y mettre le nez parce qu'il aurait changé d'avis le mercredi.

On devrait faire ça. Acheter de petits organes à but lucratif comme ils ont fait en Angleterre. Ils ont évolué avec ça.

**Le sénateur Spivak:** Le problème n'est pas seulement la concentration de la propriété mais aussi l'abêtissement de la populace.

Si vous voyez ce que regardent la plupart des gens, c'est le sensationnalisme — les tabloïdes, la télé-réalité, des choses comme ça. Je pense que nous avons raté le bateau en n'ayant rien d'autre à proposer. Nos orchestres symphoniques n'attirent personne parce que les gens ne veulent pas les écouter. Ils écoutent le bruit.

Ce sera un problème très difficile à corriger car les gens votent avec leur argent. Je ne sais pas quel est le tirage de *Harper's* mais je suis prête à parier que c'est loin d'être la même chose que les tabloïdes américains. Qu'en pensez-vous?

**M. Davey:** L'une des choses que vous devriez comprendre est que la propriété des journaux est beaucoup moins concentrée aujourd'hui qu'il y a 10 ans. Osprey possède le plus grand nombre de titres, 22. Il a été créé par le jeune M. Sifton. Il possède 22 petits quotidiens en Ontario. La concentration de la propriété n'est pas un si gros problème que cela.

**Le sénateur Spivak:** Est-ce le Sifton de Winnipeg?

**Mr. Davey:** Yes.

**Senator Spivak:** Everything is coming out of Winnipeg.

**Mr. Wilson Southam:** Your witness on Tuesday explained to the group that there are now 15 owners of groups of papers instead of eight. It was really an interesting observation. Let us be absurd for a minute. Once you go over six newspapers, you get a management view that comes in that is good, sensible, bottom line. It starts to dominate gradually over the public trust concept of a newspaper that a few of the independent owners could have. You got that sort of attention. Under this absurdly simplistic model, as the thing grows, the dominance of the business perspective on profitability, et cetera, starts to really grow, too.

You have got 15 of those groups now in terms of staffing newsrooms and being sensitive to many public trust issues. You have 15 business-oriented groups. Hooray. What sort of diversity is that?

Your other question was?

**Senator Spivak:** How to combat the dumbing down of mass culture, and the fact that people vote with their feet. They like sensationalism. You hear nothing now except Laci Peterson. You do not hear anything else now that Iraq is winding down. That is a problem as large as ownership control.

**Mr. Wilson Southam:** It may well be a larger problem, but it would be nice if there were survivors. I do not regard myself as one, but I never watch television, except CBC national news.

In a design project you define the problem, brainstorm, set design criteria, and work back to get a first step. You work out a time line, a budget and do all those disciplined things if you want to take this country in a different direction.

Regarding your other point, it may already be too late. There are people who say that our species, hurtling past 6 billion, will not make it. It would be very good for the other species.

We are dumbing down. The average American student gets 12 hours of screen time to one hour of page time. That is the current number.

**Senator Spivak:** I want to leave you with one hopeful note. Young people are very interested in the environment. The newspapers, both the *National Post* and *The Globe and Mail* have increased environmental stories. I do not know if they are read.

Our public television and radio are now attempting to reach young people in a way that they think fits their taste. It is terrible.

**Mr. Wilson Southam:** I do too.

**Mr. Davey:** One of the things that might be interesting for the committee to know is to test the theory put forward this morning that young people are getting their news off the Internet. I am not sure that is true and how many hits on news databases come from young people.

**M. Davey:** Oui.

**Le sénateur Spivak:** Tout vient de Winnipeg.

**M. Wilson Southam:** Votre témoin de mardi vous expliquait qu'il y a aujourd'hui 15 propriétaires de groupes de journaux au lieu de huit. C'est une observation intéressante. Raisonons par l'absurde pendant un instant. Une fois que vous avez plus de six journaux, vous avez une opinion de gestionnaire qui est la bonne vieille marge de profit. Elle commence à dominer progressivement le concept de bien public que partagent quelques-uns des propriétaires indépendants. Dans ce modèle absurdement simpliste, à mesure que le groupe grandit, le critère de rentabilité grandit lui aussi en importance.

Vous avez aujourd'hui 15 de ces groupes en termes de salles de rédaction et de sensibilité à beaucoup de critères du bien public. Vous avez 15 groupes de gens d'affaires. Bravo. C'est ça la diversité?

C'était quoi votre autre question?

**Le sénateur Spivak:** Comment lutter contre l'abâtissement de la culture de masse et le fait que les gens votent avec leur argent. Ils aiment le sensationnalisme. Aujourd'hui, on ne parle que de Laci Peterson. On ne parle plus de rien d'autre maintenant que ça s'arrête en Iraq. C'est un problème aussi vaste que le contrôle de la propriété.

**M. Wilson Southam:** C'est peut-être un problème encore plus important, mais il serait bon qu'il y ait des survivants. Je ne me place pas dans cette catégorie, mais je ne regarde jamais la télévision, à part les nouvelles nationales de CBC.

Quand on lance un nouveau projet, on réfléchit, on fixe des critères de design et on dresse un plan. On fixe un échéancier, on établit un budget et on fait toutes ces choses disciplinées qu'on doit faire si on veut emmener le pays dans une voie différente.

En ce qui concerne votre autre remarque, c'est peut-être déjà trop tard. Il y a des gens qui disent que notre espèce, qui se précipite au-delà de 6 milliards, ne s'en sortira pas. Et que ce serait une bonne chose pour les autres espèces.

Nous abâtissons la population. L'étudiant américain moyen a 12 heures de télévision contre une heure de lecture. C'est la proportion actuelle.

**Le sénateur Spivak:** Je veux vous quitter sur une note d'espoir. Les jeunes s'intéressent beaucoup à l'environnement. Les journaux, le *National Post* et le *Globe and Mail*, parlent beaucoup plus d'environnement, mais je ne sais pas si ces pages-là sont lues.

À la télévision et à la radio, on essaie de s'adresser aux jeunes en essayant de s'adapter à leurs goûts. C'est terrible.

**M. Wilson Southam:** D'accord.

**M. Davey:** L'une des choses que votre comité pourrait peut-être essayer de vérifier c'est la théorie qui a été avancée ce matin, c'est-à-dire que les jeunes obtiennent leurs nouvelles sur Internet. Je ne suis pas sûr que ce soit vrai ni combien de pages de ces bases de données d'actualités sont lues par les jeunes.



**The Chairman:** It seems to me that the few young people I know go to the Internet for other things such as eBay and music but not necessarily for news.

**Senator Carney:** My information comes from a seminar that the University of British Columbia School of Journalism held on convergence, where American researchers presented data on readership trends that included readership trends on the Internet by age breakdown. I earlier advised the committee that that information was available from the UBC School of Journalism. I would urge that you obtain it because its basis is research data.

**The Chairman:** We have received some material from UBC following Professor Logan's appearance before the committee but I am not sure we received that exact data. We will check it.

**Mr. Wilson Southam:** Do you know the Internet site, by any chance?

**Senator Carney:** No, but UBC or Ms. Donna Logan could supply it. Many journalists and communications people, including representatives of CanWest Global, attended the seminar. The data are on record. I have advised the committee that these American presenters are potential witnesses for this committee and that may be followed up.

**The Chairman:** Mr. Davey, could you expand on your remarks about adjacencies and what they are, what you understand to be happening now and how this differs from policies that were enforced when you were in the business of publishing newspapers?

**Mr. Davey:** Newspapers have been guilty of a peculiar form of prostitution in dealing with some classes of advertisers. When was the last time you read a nasty story about a travel experience in a travel section? When was the last time you read a story about a clunker in the automotive section? The newspapers have been dealing with adjacencies by sectionalizing them and pushing them off, assuming that the readers are sophisticated enough to know what they are doing.

**The Chairman:** The story about the clunker does not appear in the automotive section but it appears somewhere.

**Mr. Davey:** It appears in the news section.

There were two separate occasions that I will relate to you and one of them was some months ago when Microsoft was the advertiser. Our DOVE Web site has detailed all of this. I wrote a letter to the *Ottawa Citizen*, which ran the story and we have done a great deal of research in this area. Microsoft was the advertiser and there was a group-sell to them.

**The Chairman:** What is a group-sell?

**Mr. Davey:** Group-sell applies to the major newspapers. I think Maclean's was included in that.

**The Chairman:** Is that the selling of advertising?

**Mr. Davey:** Yes. Microsoft had a full-page ad in the major newspapers. The facing page was an article written by a professor from the Rotman School of Management at the University of Toronto, which was dealing with the subject of competition, by

**La présidente:** Il me semble que les quelques jeunes que je connais vont sur Internet pour autre chose, comme eBay et la musique, mais pas nécessairement pour la nouvelle.

**Le sénateur Carney:** Mon information vient d'un colloque organisé par l'École de journalisme de l'Université de la Colombie-Britannique au sujet de la convergence. À cette occasion, des chercheurs américains ont présenté des données sur les tendances de lecture des journaux, notamment des données de lectorat sur Internet ventilées par groupe d'âge. J'ai déjà dit au comité que l'on pouvait obtenir cette information en s'adressant à l'École de journalisme. Je vous invite sérieusement à le faire car ce sont des données de recherche.

**La présidente:** Nous avons reçu des documents de UBC après la comparaison du professeur Logan devant le comité mais je ne suis pas sûre que c'était ça. Nous vérifierons.

**M. Wilson Southam:** Connaissez-vous le site Internet, par hasard?

**Le sénateur Carney:** Non, mais UBC ou Mme Donna Logan pourrait vous le communiquer. Beaucoup de journalistes et de gens des communications, y compris des représentants de CanWest Global, ont assisté au colloque. Les données sont publiques. J'ai dit au comité qu'on pourrait peut-être inviter ces analystes américains à venir témoigner.

**La présidente:** Monsieur Davey, pourriez-vous nous donner des précisions sur les contiguïtés et nous dire ce qui se fait maintenant dans ce domaine, et en quoi cela diffère des politiques qui étaient appliquées à votre époque?

**M. Davey:** Les journaux ont été coupables d'une forme particulière de prostitution dans leurs relations avec certaines catégories d'annonceurs. Quand avez-vous lu une dernière fois un article méchant sur un voyage dans un cahier des voyages? Quand avez-vous lu une dernière fois un article sur une automobile pourrie dans le cahier automobile? Les journaux appliquent la contiguïté en publiant des cahiers différents parce qu'ils pensent que les lecteurs ne sont pas assez malins pour s'en rendre compte.

**La présidente:** L'article sur l'automobile pourrie ne paraît pas dans le cahier automobile mais il paraît ailleurs.

**M. Davey:** Il paraît dans le cahier des nouvelles.

Je vais vous raconter deux incidents pertinents, l'un d'entre eux s'étant produit il y a quelques mois alors que Microsoft était l'annonceur. Notre site Web DOVE a tous les détails là-dessus. J'ai envoyé une lettre au *Ottawa Citizen*, qui a publié l'histoire, et nous avons fait beaucoup de recherche à ce sujet. Microsoft était l'annonceur et on venait de faire une vente groupée.

**La présidente:** C'est quoi une vente groupée?

**M. Davey:** Une vente groupée s'applique aux grands journaux. Je pense que Maclean's en faisait partie.

**La présidente:** C'est de la vente de publicité?

**M. Davey:** Oui. Microsoft avait acheté une pleine page dans les grands journaux. La page d'en face contenait un article rédigé par un professeur de la Rotman School of Management, de l'Université de Toronto, concernant la concurrence, de manière

and large. I believe that the series ran six or seven weeks with one full-page ad per week. Needless to say, none of the competition stories dealt with what the competition police and the courts had said about Mr. Gates and Microsoft in the United States. This was guaranteeing Microsoft a favourable environment for their ad.

More recently, on the health pages of the *Ottawa Citizen* and other newspapers, I believe the advertiser was a decongestant such as Claritin. The head office provided them with a series of two or three stories to run on top of the ad.

**The Chairman:** The paper provided them to the advertiser?

**Mr. Davey:** No, head office provided the stories to the newspaper. Each one of those stories dealt with the problems of breathing in the current environment or the need for decongestants. Again, that advertiser on the health page, in the front news section of the paper, was guaranteed a certain favourable environment. It was not marked. As you know, we used to mark some things like that with an advertising special. *The Globe and Mail* years ago used to run a box at the top of what we called "Advertorial" which said that the material on this page was supplied by the advertiser. That was a clear warning to the reader to be careful what you believe.

Adjacencies originate in television in the latest move by CanWest Global. In television, if you want to be on the news show, your space-buyer or time-buyer buys that time and space. If you want to be on a sitcom, you buy space on that sitcom show. In that way, you know what the entertainment/editorial environment is before you pay your money.

**The Chairman:** I have done my time fighting with advertising policy gurus but I will try to probe a bit further. What is actually different between saying that we will run the ad for a decongestant in the lifestyle section on a day when we will run stories about allergies or asthma. What is the difference between that, which is kind of new, and what has been done for years, as you noted — running ads for travel packages, cruises and airline specials in the travel section?

**Mr. Davey:** There is integrity in the health page that does not exist in the automotive, travel or home section in the Saturday papers. Once you break down that integrity in the news sections, then the integrity of the newspaper disappears — the faith that people are supposed to have in news sections of the newspaper — if the reader perceives it. It will be over a period of time, that the advertiser is influencing those decisions.

**The Chairman:** It spreads rather than being something new in kind. It is a spreading of something that ought not to spread.

**Mr. Davey:** That is my view.

**Mr. Wilson Southam:** To illustrate the spread of the disease, I will tell you about a distinguished Canadian journalist who ran that new media skunk works I talked about. He went to work for one of the largest Internet chains and ran into a management group that simply could not understand why Sony recordings

générale. Je pense que la série était publiée pendant six ou sept semaines de suite, avec une publicité pleine page par semaine. Il va sans dire qu'aucun des articles sur la concurrence ne portait sur ce que les tribunaux ont pu dire de M. Gates et de Microsoft au sujet de la concurrence. Cela garantissait à Microsoft un environnement favorable pour ses publicités.

Plus récemment, dans les pages de santé du *Ottawa Citizen* et d'autres journaux, il y a eu une publicité pour un décongestionnant comme Claritin. Le siège social leur avait fourni une série de deux ou trois articles à publier au-dessus de la publicité.

**La présidente:** Le journal les avait fournis à l'annonceur?

**M. Davey:** Non, l'annonceur les avait fournis au journal. Chacun de ces articles concernait des problèmes de respiration dans l'environnement actuel et la nécessité de produits décongestionnants. Encore une fois, cet annonceur sur la page de la santé, dans la première partie du journal, avait une garantie d'environnement favorable. Mais ce n'était pas indiqué. Comme vous le savez, nous indiquions autrefois des choses comme ça, lorsqu'il y avait un encart publicitaire. Il y a des années, le *Globe and Mail* indiquait en haut de la page «Article publicitaire», ce qui signalait que l'article avait été fourni par l'annonceur. Cela mettait clairement en garde le lecteur au sujet de ce qu'il allait lire.

Les contiguïtés viennent de la télévision de CanWest Global. En télévision, si vous voulez faire de la publicité pendant le bulletin de nouvelles, vous achetez du temps d'antenne pour cette période. Si vous voulez annoncer dans une série comique, vous achetez du temps dans cette série. De cette manière, vous savez quel sera l'environnement de loisirs ou éditorial avant de payer.

**La présidente:** Je me suis souvent battue contre les gourous de la publicité mais je voudrais aller un peu plus loin. En quoi cela diffère-t-il de dire que l'on va passer une publicité de décongestionnant dans le cahier de santé le jour où on publiera des articles sur les allergies ou sur l'asthme? Quelle différence y a-t-il entre ça, qui est relativement nouveau, et ce qui se fait depuis des années, comme vous venez de l'indiquer — passer des annonces pour des croisières ou des tarifs d'avion spéciaux dans le cahier des voyages?

**M. Davey:** Il y a dans le cahier santé une intégrité qui n'existe pas dans le cahier automobile, des voyages ou de la maison, dans les journaux du samedi. Une fois qu'on abolit cette intégrité des cahiers de nouvelles, c'est l'intégrité complète du journal qui disparaît — la foi que les gens sont censés accorder aux cahiers d'information brute — si le lecteur s'en rend compte. Ça prend un certain temps mais c'est l'annonceur qui influe sur les décisions.

**La présidente:** Ce n'est donc pas vraiment quelque chose de nouveau mais plutôt quelque chose qui s'étend de plus en plus, et qui ne devrait pas s'étendre.

**M. Davey:** C'est ce que je pense.

**M. Wilson Southam:** Pour illustrer l'étendue de cette maladie, je peux vous parler d'un journaliste canadien de renom qui dirigeait ce nouvel atelier de réflexion sur les médias dont je parlais tout à l'heure. Il est allé travailler pour l'une des plus grandes chaînes Internet et a découvert un groupe de



could not write their own reviews if they were going to pay for such good ads. That is the logical progression that is beginning to take hold. It is starting to permeate much more readily because of the absence of gatekeepers in new media.

**Mr. Davey:** For example, the argument is for a single movie reviewer for movies across the country because the same movie is being shown across the country so why not save money and have only one reviewer once. That potentially leads you down the road to influencing what that reviewer will say.

Newspapers have lost heavily in movie advertising in the last 15 years. You do not see many full-page ads for movies. The newspapers are very aware of the threat and have taken many steps to try to ensure that they do not lose any more space.

**The Chairman:** All three of you have suggested that you were alarmed by the national editorial policy of CanWest. What is wrong with that, in and of itself? You have taken great pains to say that, particularly what this committee might consider recommending, we should not be talking about the content of newspapers. On the other hand, you seem concerned about the content of the newspapers. What is wrong with the owner of a newspaper saying, "This is what I want my newspapers to say"?

**Mr. Davey:** He has every right to do that. It was initially conceived to do that three times a week, 52 weeks of the year, and to tell his editors that they could not quarrel with that decision. I think that was totally wrong. They have now backed off from that. I have yet to see an editorial in the *Ottawa Citizen* that quarrels with a view taken by a national editorial from Winnipeg. We all know what happened to the publisher of the *Ottawa Citizen* when he, in fact, ran an editorial suggesting, on the basis of a news story, that the Prime Minister should resign.

**The Chairman:** The problem is not editorials from head office. It is the absence of competing viewpoints that concerns you.

**Mr. Davey:** It is my major concern now, because Winnipeg has said that the editors are now free, as they had not been originally, to voice dissenting opinions in the editorial space on the same page. As I said, I do not think that has happened.

**Senator Graham:** Mr. Hamilton Southam went further than saying he was alarmed by CanWest editorials. He said that he was revolted. He used the word "revolted" by CanWest editorial control. Is that correct?

**Mr. Hamilton Southam:** Yes, sir.

**Senator Graham:** Do you want to expand on that?

**Mr. Hamilton Southam:** This country ultimately should be run by its people. It is the people who elect those to whom they entrust the task of government from day-to-day. The fact is that the better educated the people are, the better their choices will be in selecting people to handle government.

gestionnaires qui ne pouvaient tout simplement pas comprendre pourquoi Sony ne pourrait pas rédiger les critiques de ses propres disques si elle payait pour la publicité. Voilà le glissement logique qui commence à s'établir. Ça commence à s'implanter beaucoup plus facilement parce qu'il n'y a pas de chiens de garde dans les nouveaux médias.

**M. Davey:** Par exemple, leur argument est qu'il peut y avoir un seul critique de cinéma pour tout le pays étant donné que c'est le même film qu'on présente partout au pays et que ça permet d'économiser de l'argent. L'étape suivante est qu'on risque d'influencer le critique.

Les journaux ont perdu beaucoup de publicité cinématographique au cours des 15 dernières années. On ne voit plus beaucoup de publicités pleine page pour les films. Les journaux sont conscients de la menace et ont pris de nombreuses mesures pour essayer de ne pas plus perdre d'annonceurs.

**La présidente:** Vous avez tous les trois dit que la politique éditoriale nationale de CanWest vous inquiète. Qu'est-ce qu'elle a de mal, en soi? Vous avez tous insisté sur le fait que le comité ne doit pas recommander de mesures qui influeraient sur le contenu des journaux. En revanche, ce contenu semble vous poser des problèmes. Qu'y a-t-il de mal à ce qu'un propriétaire de journal dise: «Voici ce que je veux lire dans mon journal»?

**M. Davey:** Il a parfaitement le droit de dire ça. La politique qui avait été annoncée devait s'appliquer trois fois par semaine, 52 semaines par an, et les rédacteurs en chef n'avaient pas le droit de la contester. Je pense que c'était une erreur complète. Ils ont maintenant fait marche arrière. J'attends encore de voir dans le *Ottawa Citizen* un éditorial contestant une opinion exprimée dans un éditorial national de Winnipeg. Nous savons tous ce qui est arrivé au rédacteur en chef du *Citizen* quand il a publié un éditorial, fondé sur une nouvelle, disant que le premier ministre devrait démissionner.

**La présidente:** Si je comprends bien, votre problème ne concerne pas les éditoriaux émanant du siège social mais plutôt l'absence d'opinions contraires.

**M. Davey:** C'est ma principale inquiétude à l'heure actuelle car Winnipeg a dit que les rédacteurs en chef ont maintenant la liberté d'exprimer des opinions dissidentes dans leurs propres éditoriaux, sur les mêmes pages, ce qui n'était pas le cas auparavant. Toutefois, comme je viens de le dire, ce n'est pas encore arrivé.

**Le sénateur Graham:** M. Hamilton Southam est allé plus loin que cela. Il n'a pas dit que les éditoriaux de CanWest l'inquiétaient, il a dit qu'ils le révoltaient. Il a dit qu'il était «révolté» par le contrôle éditorial de CanWest. C'est bien ça?

**M. Hamilton Southam:** Oui, monsieur.

**Le sénateur Graham:** Pourriez-vous préciser votre opinion?

**M. Hamilton Southam:** Le pays doit en fin de compte être géré par son peuple. C'est le peuple qui élit ses représentants pour former le gouvernement. Or, mieux les gens sont informés, meilleurs seront leurs choix pour former le gouvernement.

I was brought up to believe that you should have access to as many intelligent opinions as possible before you make up your mind on any subject. I think I learned that at school. It was certainly confirmed at university.

You never chose an opinion based on one source of advice. You were told to go to the library and read three or four books before you made your mind up.

That is why we strongly support the notion of a diversity of voices. We should hear a conservative opinion and a liberal opinion. We should indeed listen to the NDP and the Bloc Québécois opinion before we make up our mind.

I am revolted by what CanWest is doing. It is simply saying that as far as our papers are concerned, we will have one opinion. They say now that you can have others, but, in fact, there is an editorial chill on that great group of newspapers. It revolts me because it used to be ours, and we had a more intelligent view of how to run them.

**Senator Ringuette:** I am fascinated by the wisdom that I am hearing.

I have been looking through your presentation. I am quite interested in your suggestion of a DOVE research centre. I was wondering if there were any way that you could elaborate, if not today, in some kind of written form that we could pursue this notion of providing a variety of opinions in another form.

**Mr. Wilson Southam:** If it suits, I am not sure how you proceed, but Blair Mackenzie, a lawyer in Toronto, has given much thought to the legal wing of that. I would be pleased to get four or five of these very bright people to brainstorm a page for you on how that might function rather than tell you right now. I have ideas on it, I have mumbled at such length. Perhaps it is better that I send that to you.

**The Chairman:** That would be exceedingly interesting.

[Translation]

**Senator Corbin:** I want to ask a controversial question.

[English]

The other night I was listening to Izzy Asper. It was probably a rerun program. I know you are great supporters of certain parts of CBC. Izzy Asper said the CBC was openly pro-Palestinian. I found that shocking. I get my news basically from Radio Canada in the morning and the CBC in the evening. I go home, when I can, for my evening meal at 6:00. I time it so that I can listen to the major news broadcasts of the day on the CBC.

I have been telling my wife for years that all we hear on the CBC is news about the Israeli-Palestinian conflict, night after night, week after week and year after year, as they did when they covered the Northern Ireland problems. That went on for years. It was pretty well spread out in terms of various views.

Would you like to contradict Mr. Asper?

J'ai appris dans ma jeunesse que l'on devrait avoir accès au maximum possible d'opinions intelligentes avant de prendre position sur quoi que ce soit. C'est ce qu'on m'a enseigné à l'école et c'est ce que m'a confirmé l'université.

On ne prend jamais position en fonction d'une seule opinion. On nous disait d'aller à la bibliothèque et de lire trois ou quatre livres avant de prendre position sur quelque chose.

Voilà pourquoi j'appuie vigoureusement le principe de la multiplicité des opinions. Nous devrions entendre une opinion conservatrice et une opinion libérale. Nous devrions entendre l'opinion du NPD et celle du Bloc québécois avant de décider.

Ce que fait CanWest me révolte. Ça revient à dire tout simplement que nos journaux n'exprimeront qu'une seule opinion. Ils disent aujourd'hui que d'autres opinions peuvent s'exprimer mais une chape de plomb s'est abattue sur les éditorialistes de ce grand groupe de journaux. Cela me révolte parce que ces journaux étaient les nôtres et que nous savions les gérer de manière plus intelligente.

**Le sénateur Ringuette:** Je suis fasciné par tout ce que vous nous apprenez.

Votre idée d'un centre de recherche DOVE me semble très intéressante. Je me demande si vous pourriez nous donner des précisions à ce sujet, peut-être pas aujourd'hui mais plus tard, par écrit, afin que nous puissions poursuivre cette idée d'assurer l'expression d'une multiplicité d'opinions, sous une autre forme.

**M. Wilson Southam:** Je ne sais pas comment vous pourriez faire mais je peux vous dire que Blair Mackenzie, un avocat de Toronto, a beaucoup réfléchi aux aspects juridiques de cette idée. Je serais très heureux de demander à quatre ou cinq de ces personnes très brillantes de préparer un page pour vous dire comment ça pourrait fonctionner. J'ai quelques idées là-dessus mais je crois que j'ai déjà beaucoup parlé. Il serait peut-être préférable que je vous communique ça par écrit.

**La présidente:** Ce serait extrêmement intéressant.

[Français]

**Le sénateur Corbin:** J'ai une question de nature polémique.

[Traduction]

J'écoutais l'autre soir Izzy Asper, dans ce qui était probablement une rediffusion. Je sais que vous êtes de grands partisans de certaines parties de CBC. Izzy Asper disait que CBC était manifestement pro-palestinienne. J'ai trouvé ça choquant. J'obtiens mes informations en écoutant Radio-Canada le matin et CBC le soir. Quand je le peux, je rentre chez moi pour 18 heures de façon à pouvoir écouter les principales émissions d'information de CBC.

Je dis à mon épouse depuis des années que CBC n'arrête pas de parler du conflit israélo-palestinien, soir après soir, semaine après semaine, année après année, comme elle le faisait autrefois au sujet de l'Irlande du Nord. Ça a duré pendant des années mais les opinions me semblaient assez diverses.

Voudriez-vous contredire M. Asper?



**Mr. Davey:** Mr. Asper fired the Jewish publisher of the *Montreal Gazette* because he was too fair in his coverage of the Middle East. Michael Goldbloom has now happily gone to his reward as assistant publisher in training at the *Toronto Star*. I can say this having been there. He was probably the best publisher The *Gazette* had since Southam owned it. He was a brilliant young lawyer who got infected with printer's ink when he came to the *Gazette*. He did a magnificent job of running the newspaper, both editorially and from a business aspect. He was the first casualty.

That was about 18 months ago. He signed a confidentiality agreement so he cannot speak publicly about why he was removed from his position, but all his friends in Montreal believe very strongly, and I gather this from conversations that they have had, that he was told his coverage of his Middle East in *The Gazette* and his commentary on the Middle East was too fair, which means it was not Israeli enough.

**Senator Corbin:** The question was about the CBC.

**Mr. Davey:** Mr. Asper and his publications had particular trouble with a man named Neil Macdonald, a first-class correspondent, who spent much time covering the Palestinian side as well as the Israeli side. His reports were probably too fair for Mr. Asper. Neil has now gone to his reward as the CBC correspondent in Washington. He is not in the Middle East any more.

**Senator Graham:** And doing a good job.

**Mr. Davey:** And doing a good job. Mr. Asper is incredibly sensitive about the Middle East. As I said, editors have been told that they have to tread carefully, because being too fair is "career limiting."

**The Chairman:** I should just note for the record that what Mr. Davey has said about Michael Goldbloom and the *Montreal Gazette* is, in fact — as he said, I want to stress this — based on what people understand to have happened. We have had no formal testimony before this committee to confirm the accuracy of that statement. It certainly is widely believed; I know that to be the case. I just wanted to be clear that this is a report of something that many people believe to be true. We have no evidence of its truth.

**Mr. Davey:** This is hearsay that has only added to the chill.

**Senator Corbin:** You are not questioning what I heard Mr. Asper say.

**The Chairman:** I think what you are referring to is a public speech that Mr. Asper gave, but I do not believe he has ever commented on the case of Mr. Goldbloom, either.

**Senator Ringuette:** In regard to investigative journalism, I find that is probably the most costly form of journalism because of the length required in research before producing an article. I like your suggestion that we should have a national award for it.

**M. Davey:** M. Asper a mis à la porte le rédacteur en chef juif de la *Montreal Gazette* parce que sa couverture du Moyen-Orient était trop équilibrée. Michael Goldbloom a maintenant obtenu sa juste récompense en étant nommé rédacteur en chef adjoint en formation au *Toronto Star*. Ayant travaillé là-bas, je peux dire qu'il a probablement été le meilleur rédacteur en chef de la *Gazette* quand Southam en était propriétaire. C'était un jeune avocat brillant qui a été piqué par le virus de la presse quand il est arrivé au journal. Il l'a géré de manière magnifique, tant sur le plan éditorial que sur le plan commercial. Il a été la première victime.

Ça s'est passé il y a à peu près 18 mois. Comme il a signé un accord de confidentialité, il ne peut dévoiler pourquoi il a perdu son poste mais tous ses amis de Montréal ont la ferme conviction, si j'en crois des conversations que j'ai eues avec eux, qu'on lui a dit que sa couverture du Moyen-Orient dans *The Gazette* et ses commentaires sur le Moyen-Orient étaient trop équilibrés, ce qui veut dire qu'il n'était pas assez favorable aux Israéliens.

**Le sénateur Corbin:** Ma question concernait CBC.

**M. Davey:** M. Asper et ses publications ont des difficultés particulières avec un certain Neil Macdonald, un journaliste de premier ordre, qui a passé beaucoup de temps à couvrir le côté palestinien ainsi que le côté israélien. Ses reportages étaient probablement trop équilibrés pour M. Asper. Neil a maintenant obtenu sa récompense en devenant le correspondant de CBC à Washington. Il n'est plus au Moyen-Orient.

**Le sénateur Graham:** Et il fait toujours du bon travail.

**M. Davey:** Et il fait du bon travail. M. Asper est incroyablement sensible au sujet du Moyen-Orient. Comme je l'ai dit, ses rédacteurs en chef se sont fait dire qu'ils doivent marcher sur des oeufs car ils risquent leur carrière s'ils sont trop objectifs.

**La présidente:** Je tiens à préciser que ce qu'a dit M. Davey au sujet de Michael Goldbloom et de la *Montreal Gazette* repose en fait — je sais qu'il l'a dit mais je tiens à le souligner — sur ce que d'autres personnes lui ont dit. Le comité n'a entendu aucun témoignage formel confirmant cette affirmation. Je sais que c'est ce qu'on pense généralement mais je tenais simplement à ce qu'il soit clairement dit que c'est simplement une opinion que beaucoup de gens expriment. Nous n'avons aucune preuve que ce soit vrai.

**M. Davey:** C'est de l'ouï-dire qui n'a fait qu'alourdir la chape de plomb.

**Le sénateur Corbin:** Vous ne contestez pas ce que j'ai entendu M. Asper affirmer.

**La présidente:** Je pense que vous faisiez référence à une déclaration publique de M. Asper mais je ne pense pas qu'il ait jamais fait de commentaires sur le cas de M. Goldbloom.

**Le sénateur Ringuette:** Le journalisme d'enquête est probablement la forme la plus coûteuse de journalisme, étant donné qu'il faut beaucoup de temps et de recherche pour produire un article. J'aime bien votre idée de créer un prix national à ce sujet.

**Mr. Davey:** We do have one, the Mitchener Award.

**Senator Ringuette:** It was also part of your suggestion, Mr. Southam.

**Mr. Wilson Southam:** I would like to see much more funding behind it and much more support for it. It is very expensive. We are moving into a time of greatly diminished newspaper readerships. Not all the newspapers are into convergence. There are still independent papers, many of them. The woman who appeared before you said they had 82 members out of 103 identified papers in the country.

If newspapers are willing to take the risk, and provide part of the funding, some tax incentives could be used as some way of supporting investigative journalism. That would be helpful at a time when complexity is rising sharply and new issues are coming at us.

**Senator Ringuette:** You are suggesting some sort of tax incentive.

**Mr. Wilson Southam:** I am suggesting honourable senators might look at it carefully — that is just my input.

**Senator Graham:** On a matter of clarification, Mr. Davey, you said that newspapers are a public trust.

**Mr. Davey:** Yes, sir. In fact, the Canadian Newspaper Association, which was before you here, has a statement of principles in which they warmly embrace that idea.

**Senator Graham:** Then you said that you felt that government influence is creeping in.

**Mr. Davey:** Yes.

**Senator Graham:** Presumably, broadcast licences are a public trust, is that correct?

**Mr. Davey:** Within the gift of the government, broadcast licences.

**Senator Graham:** I would consider them a public trust. Yet, you suggest, and this is the point of clarification, that when next broadcast licences are reviewed — whether it is Global, CanWest or whatever — that CRTC bear in mind or take into consideration the fact of whether or not they should be issued broadcast licences if they own newspapers — not just CanWest, but any other organization.

**Mr. Davey:** That is right. It would apply to Quebecor. It would apply to Bell Globemedia.

**Senator Graham:** Are you suggesting that anyone who has a newspaper should not own broadcasting, television or radio interests?

**Mr. Davey:** In the same market — that is correct.

**Mr. Wilson Southam:** I would extend that to anywhere. I agree with Tom Kent's testimony before you that circumstances have changed.

**The Chairman:** I am sorry to be precipitous, but the difficulty with these hearings is that everyone is interesting. It is difficult to try to respect the time requirements.

**M. Davey:** Il y en a déjà un, le Prix Mitchener.

**Le sénateur Ringuette:** Mais vous avez aussi fait une suggestion à ce sujet, monsieur Southam.

**M. Wilson Southam:** J'aimerais qu'on mette beaucoup plus d'argent là-dedans et qu'on appuie beaucoup plus ça. Ça coûte très cher. Nous entrons dans une époque de réduction considérable du lectorat des journaux. Tous les journaux ne sont pas dans la convergence. Il y a encore beaucoup de journaux indépendants. La dame qui a témoigné devant votre comité a dit qu'elle a 82 membres sur 103 journaux identifiés au pays.

Si les journaux sont prêts à prendre le risque et à fournir les fonds nécessaires, on pourrait aussi accorder des incitatifs fiscaux pour appuyer le journalisme d'enquête. Ce serait très utile à une époque où les problèmes sont de plus en plus complexes et où de nouveaux problèmes apparaissent chaque jour.

**Le sénateur Ringuette:** Vous suggérez une sorte d'incitatif fiscal.

**M. Wilson Southam:** Je pense que les sénateurs devraient se pencher attentivement sur cette option — voilà mon opinion.

**Le sénateur Graham:** Vous avez dit tout à l'heure, monsieur Davey, que les journaux sont une forme de bien public.

**M. Davey:** En effet. De fait, l'Association canadienne des journaux, qui a déjà témoigné devant vous, a formulé la même idée dans une déclaration de principe.

**Le sénateur Graham:** Vous avez dit ensuite qu'il y a une influence gouvernementale croissante.

**M. Davey:** Oui.

**Le sénateur Graham:** Je suppose que les licences de radiodiffusion sont également un bien public, n'est-ce pas?

**M. Davey:** Une sorte de cadeau du gouvernement.

**Le sénateur Graham:** Je les considère comme un bien public. Pourtant, et c'est là-dessus que je vous demande de m'éclairer, vous dites que, lorsqu'on doit renouveler des licences de radiodiffusion — que ce soit pour Global, CanWest ou n'importe qui d'autre — le CRTC devrait tenir compte du fait que les demandeurs possèdent ou non des journaux — pas seulement CanWest mais n'importe quelle autre organisation.

**M. Davey:** C'est exact. Cela vaudrait tout autant pour Quebecor et Bell Globemedia.

**Le sénateur Graham:** Voulez-vous donc dire que quiconque possède un journal ne devrait pas posséder d'intérêts en radiodiffusion?

**M. Davey:** Pas dans le même marché — c'est exact.

**M. Wilson Southam:** J'appliquerais ça partout. Je suis d'accord avec Tom Kent quand il dit que les circonstances ont changé.

**La présidente:** Je m'excuse de devoir couper court à la discussion mais le problème de ces audiences est que tout le monde est passionnant. Il est difficile de respecter l'horaire.



Gentlemen, you have been extremely interesting witnesses. We are grateful to you for having been with us this day. Do please send us the information that you are talking about, if you wish, Mr. Southam. Either of the other of you send us anything that you think might be useful to us. In particular, Mr. Davey, we have not seen the report from Gillian Stuart. Very early in this morning's proceedings, there was reference to a report or paper by Gillian Stewart.

**Mr. Wilson Southam:** I have her permission to share it with other DOVE members. I will contact her to see if she is comfortable with it coming to you as evidence.

**The Chairman:** Fine, because we understood you to have said it had been sent to us. If it were appropriate to send it to us, we would be glad to have it.

**Mr. Davey:** I had sent it; it may be one of those attachments that did not go from my Mac to whatever it is you are using. Did you get a copy of my speech?

**The Chairman:** Yes, and we have circulated that.

**Mr. Wilson Southam:** I will get you both of those.

**The Chairman:** Thank you very much indeed.

Our next witness is also an illustrious journalist of vast experience. While he is coming to the table, I will stretch out my introduction of him so that he can get the chance to sit down.

He is Mr. James Travers. He has worked in news in print in Canada and overseas. Mr. Travers has reported from Zimbabwe, Cyprus, South Africa, Ethiopia, Lebanon, other parts of Africa and the Middle East.

In Canada, he has been editor and general manager of Southam News, which was a news service, then editor-in-chief of the *Ottawa Citizen*. Since 1997, he has worked with the *Toronto Star*, first in a very senior management position and now as a national affairs columnist.

Today, however, and we have been asked to stress this, Mr. Travers is appearing as an individual, not on behalf of the *Star*. I think I may have said that slowly enough to give him a chance to sit down and catch his breath.

**Senator Corbin:** Not necessarily for the record, but are we able to hear witnesses in the absence of the other party?

**The Chairman:** Yes, that is why I said that explicitly, so it would be on the record. They were here and they are all right with this.

It is frustrating, but you know how it is in June when the number of events sandwiched on top of each other grows.

Mr. Travers. I think you understand our basic practice — an opening statement followed by questions. Please proceed.

Messieurs, vous avez été des témoins extrêmement intéressants. Nous vous remercions beaucoup d'être venus nous parler aujourd'hui. N'hésitez pas à nous envoyer les informations dont vous parliez, monsieur Southam, si vous le pouvez. Vous pouvez tous nous envoyer d'autres informations si vous pensez qu'elles nous seront utiles. En particulier, monsieur Davey, nous n'avons pas vu le rapport de Gillian Stuart. Au tout début de la séance de matin, quelqu'un faisait référence à un rapport de Gillian Stewart.

**M. Wilson Southam:** Elle m'a autorisé à le partager avec les autres membres de DOVE. Je prendrai contact avec elle pour voir si elle veut bien le communiquer au comité.

**La présidente:** Très bien, car vous semblez avoir dit qu'il nous avait déjà été envoyé. Si elle accepte de le faire, nous serions très heureux de le recevoir.

**M. Davey:** Je l'avais envoyé. C'est peut-être l'une des pièces qui ne sont pas sorties de mon Mac. Avez-vous le texte de ma déclaration?

**La présidente:** Oui, et nous l'avons distribué.

**M. Wilson Southam:** Je vous enverrai les deux.

**La présidente:** Merci beaucoup.

Nous accueillons maintenant un journaliste illustre et chevronné. Pendant qu'il se prépare, je vais vous donner quelques détails à son sujet.

Il s'agit de M. James Travers, qui a travaillé dans la presse écrite au Canada et outre-mer. Il a publié des reportages du Zimbabwe, de Chypre, d'Afrique du Sud, d'Éthiopie, du Liban et d'autres pays d'Afrique et du Moyen-Orient.

Au Canada, il a été rédacteur en chef et directeur général de Southam News, qui était une agence de presse, puis rédacteur en chef du *Ottawa Citizen*. Il travaille depuis 1997 au *Toronto Star*, où il a d'abord occupé un poste de gestion de très haut niveau puis est devenu chroniqueur national, ce qui est sa fonction actuelle.

Aujourd'hui, toutefois, et il nous a demandé de bien insister là-dessus, M. Travers s'adresse à notre comité en son nom personnel et pas au nom du *Star*. Je pense avoir dit tout cela assez lentement pour lui permettre de reprendre son souffle.

**Le sénateur Corbin:** Sans vouloir faire d'intervention officielle à ce sujet, pouvons-nous entendre des témoins si l'autre parti n'est pas représenté?

**La présidente:** Oui, nous nous sommes explicitement entendus là-dessus. Il y avait des représentants de l'autre parti et ils étaient d'accord avec ça.

Je sais que c'est frustrant mais vous savez aussi que nous sommes au mois de juin où il y a beaucoup d'autres événements en même temps.

Monsieur Travers, vous connaissez la procédure — une déclaration liminaire puis des questions. Vous avez la parole.

**Mr. James Travers, As an individual:** Honourable senators, with the previous witnesses and your comments about how interesting all the testimony has been, you have set the bar impossibly high, but I will do my best.

There is nothing a life-long newspaperman enjoys more than talking about newspapers. This opportunity to discuss some of the many contentious issues touching Canada's concentrated, and now converged, media is most welcome. As the chairman pointed out, I just wanted to make clear that the opinions that I am expressing are my own. They do not necessarily reflect those of the *Toronto Star* or of Southam, where I worked for many years and happily, I might add.

Since our time is brief and the subject broad, I will focus these preliminary comments on the threat posed to a vibrant, diverse industry by a demonstrably unhealthy confluence of forces. Those forces are an unprecedented concentration of ownership, the convergence of electronic and print media and the corporate behaviour of some, but not all, who have taken advantage of Canadian tax law and market conditions to increase dominance of an industry that is vital to a healthy democracy.

I will outline how those forces affect newspapers, their readers, staff, and ultimately the quality of our society.

I will contend that corporate culture and business behaviour have enormous impact on newspaper quality and the diversity of debate in a pluralistic nation. Newspapers have the financial strength to both stand alone in most markets and to meet the needs of readers with high journalistic standards. Vital news services once protected by ownership concentration are now victims of that process. Years of study must finally lead to action that reverses ownership and newspaper trends.

Much has been said and written about the current concentration of media ownership in so few hands. That is undoubtedly a significant concern. The concentration is not solely responsible for the loss of jobs, voices and editorial independence. Those are symptoms of a more complex malaise rooted in the still unsuccessful attempt to join print and electronic media in forced marriage, and in the insensitivity of some owners to the role of newspapers in the community, as well as in the political process.

Let me be more specific. At about 37 per cent, CanWest's grip on English language circulation is only about 4 points higher than that held by Southam in 1980. However, that is cold comfort to consumers in a market where a single company dominates print and electronic news delivery. In Vancouver, for example, CanWest owns both major newspapers and the most-viewed television stations. That level of concentration is unmatched in

**M. James Travers, témoignage à titre personnel:** Honorables sénateurs, considérant les témoins qui m'ont précédé et ce que vous avez dit au sujet de vos audiences jusqu'à présent, je dois vous dire que vous avez placé la barre extrêmement haut, mais je vais faire de mon mieux.

Il n'y a rien qui donne plus de satisfaction à un journaliste de carrière que de parler de journaux. Je suis donc très heureux d'avoir la possibilité d'aborder avec vous certaines des nombreuses questions controversées concernant la concentration et, maintenant, la convergence des médias canadiens. Comme l'a dit la présidente, je tiens à préciser très clairement que les opinions que je vais exprimer sont strictement les miennes et ne reflètent pas nécessairement celles du *Toronto Star* ni de Southam, où j'ai travaillé pendant de nombreuses années, avec beaucoup de satisfaction, je peux l'ajouter.

Comme nous avons peu de temps et que le sujet est vaste, je vais surtout m'intéresser à la menace posée à une industrie dynamique et diversifiée, la convergence manifestement malsaine de certaines forces. Ces forces sont une concentration sans précédent de la propriété, la convergence des médias électroniques et imprimés, et le comportement de certaines grandes entreprises, mais pas toutes, qui ont tiré profit des lois fiscales canadiennes et du marché pour accroître leur domination d'un secteur qui joue un rôle crucial dans une saine démocratie.

J'ai l'intention d'indiquer comment ces forces influent sur les journaux, leurs lecteurs, leur personnel et, en fin de compte, la qualité de notre société.

J'affirme que la culture et le comportement des grandes entreprises ont une incidence énorme sur la qualité des journaux et sur la diversité des débats dans une nation pluraliste. Les journaux ont l'assise financière requise pour rester indépendants dans la plupart des marchés tout en répondant aux besoins de leurs lecteurs selon des normes de journalisme très élevées. Des services de presse cruciaux qui étaient autrefois protégés contre la concentration de la propriété sont maintenant victimes de ce processus. Après des années d'étude, il est finalement temps de prendre des mesures pour renverser les tendances en matière de propriété et de journalisme écrit.

On a beaucoup parlé de la concentration actuelle de la propriété des médias en si peu de mains, et c'est manifestement une préoccupation sérieuse. Cette concentration n'entraîne pas seulement des pertes d'emplois, d'opinions et d'indépendance éditoriale. Ces facteurs sont les symptômes d'un malaise plus complexe qui trouve son origine dans la tentative encore infructueuse d'imposer le mariage de la presse écrite et de la presse électronique, et dans l'insensibilité de certains propriétaires à l'égard du rôle des journaux dans leur communauté, ainsi qu'à l'égard du processus politique.

Soyons plus précis. À environ 37 p. 100, l'emprise de CanWest sur les journaux de langue anglaise n'est que de 4 p. 100 plus élevée que celle de Southam en 1980. Toutefois, cela ne saurait rassurer les consommateurs d'un marché où une entreprise unique domine la presse écrite et électronique. À Vancouver, par exemple, CanWest possède les deux grands journaux et les stations de télévision les plus populaires. Ce degré de



other industrial countries and is exacerbated by a corporate culture. CanWest is a much different company and behaves in significantly different ways than the Southam Group or even Conrad Black's Hollinger.

Editorial independence and the commitment to journalism were defining Southam characteristics. Local publishers were encouraged to act as proprietors. Editors were refreshingly free to follow their instincts and for more than 60 years, the company generously funded a national and foreign news service dedicated to explaining one region to another and to providing a Canadian perspective of world events. That approach benefitted readers, particularly in small markets where Southam papers were notably superior to those published by rival groups. It also served the company well.

As members of the committee are aware, questions have been asked frequently over the past half-century, sometimes by Royal commissions, about the increasing concentration of media ownership. When those questions were put, Southam's answer was, in part, that group ownership made it financially possible to provide all its papers with national and international reporting that normally only the largest and most profitable could afford. That answer was true, and the reason for maintaining the news service is not as cynical as it first might seem.

Southam believed that operating news bureaus across the country and around the globe was a corporate responsibility that came with its considerable share of a lucrative market. To put it bluntly, along with waving the flag of journalistic excellence, Southam News was the Southam's compensation to communities that, in some cases, had lost competing and much-loved newspapers.

I am concerned that both that service and that sense of community obligation have been lost. *The Globe and Mail*, Power Corporation in Quebec, the CBC, to some extent CTV and my own paper, the *Toronto Star*, continue to staff bureaus at home and abroad. Readers of the former Southam papers are, in my view, inadequately served. Regional bureaus are being replaced by news-sharing between papers and a comprehensive international service is essentially a thing of the past. What is lost is significant and cannot be adequately replaced by exchanging copy written for a specific audience by national or international wire services, by freelancers or, as we now frequently see, by reporters dispatched to cover distant complex and fast-breaking stories.

The journalistic result of those parsimonious fixes is a loss of continuity, context and depth. Nationally, regional bureaus help to connect the country. No amount of editing can add the subtlety and understanding that a skilled correspondent weaves into a story about local issues written for national audiences. The

concentration est sans précédent dans les pays industrialisés et est exacerbé par la culture de l'entreprise. CanWest est une entreprise très différente du groupe Southam ou même de la société Hollinger de Conrad Black, et qui se comporte très différemment.

L'indépendance éditoriale et le souci du journalisme de qualité étaient les caractéristiques fondamentales de Southam. Les rédacteurs en chef locaux étaient encouragés à se comporter comme des propriétaires. Ils avaient la liberté de suivre leurs instincts et, pendant plus de 60 ans, l'entreprise a financé généreusement un service de presse national et étranger qui se dévouait à la communication entre les régions et à l'expression d'un point de vue canadien sur les événements mondiaux. Cette politique était bénéfique pour les lecteurs, surtout dans les petits marchés où les journaux de Southam étaient notoirement supérieurs à ceux des groupes rivaux. Cette politique a aussi été bénéfique à l'entreprise.

Comme vous le savez, on s'est souvent interrogé pendant les 50 dernières années, parfois au moyen de commissions royales, sur la concentration croissante de la propriété des médias. À chaque fois, la réponse de Southam était, en partie, que la propriété du groupe garantissait l'assise financière permettant de donner à tous ses journaux les reportages nationaux et internationaux que seuls les journaux les plus grands et les plus rentables auraient pu se payer sans le groupe. Cette réponse était exacte, et la raison pour laquelle le service de presse était préservé n'est pas aussi cynique qu'on pouvait le penser.

Southam estimait avoir la responsabilité physique d'exploiter des bureaux de presse dans tout le pays et dans le monde, responsabilité qui découlait de sa part considérable d'un marché lucratif. Pour être tout à fait franc, Southam ne déployait pas seulement le drapeau de l'excellence journalistique, c'était aussi la compensation que le groupe offrait aux collectivités qui avaient perdu des journaux concurrents qu'elles appréciaient.

Je crains aujourd'hui que cette notion de service et ce sens de la collectivité ne soient perdus. *The Globe and Mail*, Power Corporation au Québec, CBC et, dans une certaine mesure, CTV et mon propre journal, le *Toronto Star*, continuent d'exploiter des bureaux de presse au Canada et à l'étranger. Les lecteurs des anciens journaux de Southam sont à mon avis pénalisés. Les bureaux régionaux sont remplacés par un partage d'articles entre tous les journaux et l'idée d'un service de presse international complet est essentiellement une chose du passé. Ce que cela nous a fait perdre est important et ne peut être récupéré en remplaçant des articles rédigés pour un public donné par des articles rédigés par des pigistes pour des services de presse nationaux ou internationaux ou, comme on le voit maintenant fréquemment, par des journalistes parachutés à l'étranger pour couvrir des événements complexes et précipités.

Le résultat journalistique de ces maigres mesures est une perte de continuité, de contexte et de profondeur. Au plan national, les bureaux régionaux contribuent à l'unité du pays. Aucune forme de relecture des articles ne peut ajouter la subtilité et la compréhension qu'un journaliste de talent peut communiquer

difference between that copy and, say, a *Calgary Herald* story massaged for national consumption, is as different as a television news report and a magazine article.

Internationally, correspondents see the world through Canadian and different eyes. Anyone who doubts that need only compare domestic and U.S. coverage of the Iraq invasion. One struggled for balance and understanding while the other tilted to jingoism, and occasionally tumbled into propaganda.

Maintaining foreign bureaus also ensures momentous events will not take readers by surprise. That has never been more important and the importance will continue to grow as world events accelerate and this country tries to find its place in them. More practically, keeping Canadian journalists in the field ensure that the government and its agencies do not operate overseas with a unanimity that taxpayers would never tolerate at home. If we are to understand ourselves and be full citizens of the world and if we are to grasp the importance of evolving patterns, then newspapers must have the resources to play a meaningful part. Without those resources, readers, newsrooms and the quality of public debate suffer irreparable harm.

I do not want to suggest that the past was Utopia and I do not want to leave the impression that a highly concentrated, converged media is incapable of serving the public interest. The past was in many ways imperfect and it is still possible that the promise of convergence would one day be fulfilled. Some corporate owners clearly understand and accept the responsibilities that come with remarkable influence over an industry that is part of the warp and weave of an open, consenting society.

However, it is deeply troubling that current trends are moving in the wrong direction. Instead of benefiting from group ownership, newspapers, with the rare exception, are needless victims of concentration, convergence and cross-media ownership. Often it seems that newspapers are being sacrificed to benefit their electronic siblings. In the three years since the big bang of 2000, resources have been continuously stripped from papers. Corporate groupthink is a reality on the largest chains' editorial pages, and some of the country's most experienced publishers and journalists have lost their jobs in circumstances that might be politely called "suspect." None of this has been necessary.

Newspapers are more than profitable enough to sustain themselves outside multimedia empires. Large and even small newspapers can comfortably sustain the staff compliment needed to provide their readers and the democratic system with the information they need — premier proprietary news services that are not beyond the financial grasp of groups.

dans un reportage sur des événements locaux rédigé pour un public national. La différence entre ce genre d'article et, disons, un article du *Calgary Herald* adapté à la consommation nationale est aussi profonde que celle qui sépare un reportage télévisé d'un article de magazine.

À l'échelle internationale, les correspondants voient le monde dans un prisme canadien. Quiconque en doute n'a qu'à comparer les reportages canadiens et américains sur l'invasion de l'Iraq. Les uns étaient caractérisés par la recherche de l'équilibre et de la compréhension, alors que les autres l'étaient par le chauvinisme et, à l'occasion, tombaient dans la propagande.

Préserver des bureaux étrangers garantit que les lecteurs ne sont pris par surprise en cas d'événements graves. Cela n'a jamais été plus important qu'aujourd'hui, et ce le sera encore plus avec l'accélération des crises mondiales au sein desquelles notre pays essaie de trouver sa juste place. Sur un plan plus pratique, maintenir des journalistes canadiens sur le terrain garantit que le gouvernement et ses agences n'agissent pas à l'étranger dans un unanimité que les contribuables ne toléreraient jamais chez eux. Si nous voulons nous comprendre et être des citoyens à part entière de la communauté mondiale, si nous voulons saisir l'importance d'événements en évolution constante, il faut que nos journaux aient les ressources nécessaires pour jouer leur rôle. Sans ces ressources, les lecteurs, les salles de nouvelles et la qualité des débats publics subiront un tort irréparable.

Loin de moi l'idée de suggérer que le monde d'hier était idéal, et je ne voudrais pas donner l'impression qu'un secteur de la presse fortement concentré, avec convergence, soit incapable de servir l'intérêt public. Le système du passé était à bien des égards imparfait et il est encore concevable que la promesse de la convergence se réalise un jour. Certains propriétaires d'entreprises de presse comprennent clairement et acceptent les responsabilités qui découlent de l'exercice d'une influence considérable sur une industrie qui fait partie de la dynamique d'une société ouverte.

En revanche, il est profondément troublant de voir que les tendances actuelles vont dans le mauvais sens. Au lieu de profiter de la participation à un groupe, les journaux, à de rares exceptions près, sont les victimes innocentes de la concentration, de la convergence et de la propriété croisée des médias. On a souvent l'impression qu'ils sont sacrifiés au profit de leurs pendants électroniques. Dans les trois années qui ont suivi le chambardement de 2000, les ressources des journaux ont été continuellement réduites. La pensée unique de groupe est une réalité dans les pages éditoriales des plus grandes chaînes, et certains des rédacteurs et journalistes les plus chevronnés du pays ont perdu leur emploi dans des circonstances qu'on ne peut qualifier au minimum que de «suspectes». Rien de cela n'était nécessaire.

Les journaux gagnent largement assez d'argent pour survivre en dehors des empires des multimédias. Les grands journaux, et même les petits, peuvent facilement conserver le personnel nécessaire pour donner à leurs lecteurs et au système démocratique l'information dont ils ont besoin — des informations originales et de qualité qui ne sont pas hors de la portée financière des groupes.



The challenge now is to encourage and insist, if necessary, that those who have been allowed to seize control of Canada's media manage those assets in ways that are consistent with public interest and not just the enrichment of the bottom line. An independent press requires an arm's-length relationship with government. Any institution into that independence, either direct or indirect, must be rejected. That said, measures are available and should be employed to ensure that the broadest possible information stream flows to readers and that ownership trends, which only seem to accelerate in the aftermath of federal inquiries, are reversed.

I strongly support the recent findings of the Commons Standing Committee on Canadian Heritage on the problems of cross-ownership. Those problems are so self-evident and the rewards are so problematic that federal action is clearly required. It is my view that that action should be guided by the knowledge that newspapers can financially stand on their own, that press freedom thrives when there are alternatives for journalists as well as for readers, and that callous, absentee ownership is an acid that dissolves the essential connections between newspapers and their communities.

As problematic as it may seem to unscramble the current egg, I could not believe that it would be impossible to do. Market conditions, burdensome debt and the failure of convergence to provide the expected profits continue to put newspapers on the block. Government can and should encourage diversification of ownership by banning sales between companies with cross-media holdings. At the same time, government should encourage a return to local ownership and a review of all sales for their impact on culture and not, as is the case now, only for advertising competition and for circulation competition.

Finally, there is the issue of foreign ownership. Protection of newspapers has long been an important cornerstone of Canadian sovereignty. That policy should only be reconsidered as a last resort remedy applied in the absence of adequate competition. I believe it would be fundamentally wrong to reward companies with a windfall that, with federal blessing, have created the current, unhealthy concentration and, in some cases, have been influenced more by shareholder interest than in public interest.

Instead, this committee might usefully explore changes to foreign ownership regulations that might act as both carrot and stick. Rather than allow foreign companies to buy existing newspapers, Ottawa should explore the potential merits of permitting offshore firms to establish, with or without Canadian partners, new communications in communities poorly served by domestic media empires.

Le défi que nous devons relever aujourd'hui est d'encourager, éventuellement avec insistance, ceux que l'on a autorisés à prendre le contrôle des médias du Canada à les gérer d'une manière qui soit conforme à l'intérêt public et pas simplement à l'enrichissement de leurs profits. Une presse indépendante exige une relation indépendante à l'égard du gouvernement. Toute ingérence à l'égard de cette indépendance, directe ou indirecte, doit être rejetée. Cela dit, il existe des mesures, et on devrait les employer, pour garantir aux Canadiens l'accès à l'information la plus large possible, et pour renverser les tendances actuelles en matière de propriété, qui ne semblent que s'accélérer dans le sillage des enquêtes fédérales.

Je vous recommande vivement les récentes conclusions du Comité permanent de la Chambre des communes sur le patrimoine canadien concernant les problèmes de la propriété croisée. Ces problèmes sont tellement évidents, et les avantages tellement problématiques, qu'une intervention fédérale s'impose d'elle-même. J'ai la conviction que cette intervention devrait être guidée par le fait qu'il est bien connu que les journaux ont les ressources financières pour survivre seuls, que la liberté de la presse s'épanouit lorsque les journalistes autant que les lecteurs peuvent faire des choix, et que la propriété méprisante et absentéiste est un acide qui dissout les liens essentiels entre les journaux et leurs communautés.

Aussi problématique que puisse être la solution à ce problème, je ne saurais croire qu'elle soit impossible à trouver. Les conditions du marché, un endettement excessif et l'échec de la convergence à produire les profits attendus continuent de mettre des journaux en vente. Le gouvernement peut et doit encourager la diversification de la propriété en interdisant la vente de ces journaux entre des entreprises ayant des actifs dans plusieurs types de médias. En même temps, le gouvernement devrait encourager le retour à la propriété locale et faire l'examen de toutes les ventes du point de vue de leur incidence sur la culture et pas seulement, comme c'est le cas aujourd'hui, du point de vue de la concurrence pour la publicité et le tirage.

Parlons finalement de la propriété étrangère. La protection des journaux est depuis longtemps une pierre angulaire de la souveraineté canadienne. Cette politique ne devrait être remise en question qu'en dernier ressort, comme remède adopté en l'absence d'une concurrence adéquate. Je pense qu'il serait fondamentalement mauvais de récompenser les entreprises en leur permettant de réaliser un gain fortuit parce qu'elles ont réussi à créer, avec la bénédiction fédérale, la concentration actuelle malsaine de la presse et, dans certains cas, en visant plus l'intérêt de leurs actionnaires que l'intérêt public.

Au lieu de cela, votre comité pourrait se pencher utilement sur des modifications aux règles de propriété étrangère dans le but de jouer à la fois de la carotte et du bâton. Au lieu d'autoriser des sociétés étrangères à acheter des journaux existants, Ottawa devrait étudier l'intérêt potentiel d'autoriser des firmes étrangères à créer, avec ou sans partenaires canadiens, de nouveaux outils de communications dans les collectivités mal desservies par les empires médiatiques nationaux.

While it is to be hoped Canadian companies will do the right thing for the right reason and that government will never be forced to choose between protecting national interests and encouraging adequate competition, current practices suggest additional market persuasion may eventually become necessary.

Clearly that would be a watershed decision. Only a committee like this one has the resources to evaluate the possible benefits, as well as forecast the implication for markets, competition, and cross-border trade agreements.

Finally, in reaching your conclusions and making recommendations, I urge you to consider the newspaper industry's soul as well as its body. While parts of both are healthy, others clearly are not. Always a dyspeptic lot, journalists at some of the country's major papers have rarely felt less valuable and more vulnerable. Jobs are disappearing. Editors are learning not to say no to their masters. Opportunities to spice careers with variety and experience are at an all-time low. An authoritarian newsroom atmosphere is encouraging censorship, the form of censorship that most effectively fast-freezes editorial freedom.

If these problems persist, the best people will flee newsrooms and the next generation of journalists will find occupations that are more rewarding.

The last few observations are subjective, but they are as real and as damaging as the numbers that measure corporate concentration. Thirty years ago, Senator Keith Davey reported on both in his royal commission. That the situation has only deteriorated since then is cause for more than sober reflection.

**Senator Corbin:** I suppose it is more of a comment that aims at eliciting your own comments. I do not know if you were in the room when I said that I am a fan of the CBC. I pick up most of my news on the CBC, French and English networks. However, for some years, we have been subjected to a trend, which is as follows: The CBC has drastically cut its international scene news coverage. They do have one or two staffers here and there, but you know, very sparsely located. They cannot possibly do a very good fundamental job of explaining the rest of the world to Canadians.

In exchange for that belt-tightening, especially in the French network, they now have correspondents from some other news media; shooting in some brief commentary, spot commentaries. This is usually from people who have no knowledge, nor understanding of the Canadian scene and Canadian concerns.

I think, personally, that is a great tragedy. We used to have, to name just one, Roméo LeBlanc, who eventually became our governor general. He would be seen on television, in black and white in those days, or just as colour was coming along, every other day.

Certes, on peut toujours espérer que les sociétés canadiennes feront la bonne chose pour les bonnes raisons, et que le gouvernement ne sera jamais obligé de choisir entre protéger l'intérêt national et encourager une concurrence adéquate, mais les pratiques actuelles permettent de penser qu'un surcroît de pression commerciale risque de devenir nécessaire.

Évidemment, une telle décision serait cruciale et seul un comité comme le vôtre possède les ressources nécessaires pour évaluer ses bienfaits éventuels et tenter de prévoir les conséquences sur les marchés, sur la concurrence et sur les ententes commerciales internationales.

Finalement, avant de tirer vos conclusions et de formuler vos recommandations, je vous implore de tenir compte non seulement du corps mais aussi de l'âme de la presse écrite. Bien que certaines parties des deux soient en bonne santé, d'autres sont à l'évidence malades. Bien qu'ils soient toujours dyspeptiques, les journalistes de certains des grands journaux du pays se sont rarement sentis moins utiles et plus vulnérables. Leurs emplois disparaissent, leurs patrons apprennent à ne pas dire non à leurs maîtres, leurs possibilités de faire une carrière variée et multiple ont rarement été plus mauvaises, et l'atmosphère autoritaire des salles de nouvelles encourage la censure, une forme de censure particulièrement efficace pour faire disparaître la liberté d'expression.

Si ces problèmes ne sont pas résolus, les meilleurs fuiront les salles de nouvelles et la prochaine génération de journalistes trouvera des professions plus enrichissantes.

Ces dernières observations sont subjectives mais elles sont aussi réelles et dommageables que les chiffres mesurant la concentration de la presse. Il y a 30 ans, le sénateur Keith Davey s'était penché sur ces deux aspects dans sa commission royale. Le fait que la situation n'ait fait que se détériorer depuis exige plus qu'une sobre réflexion.

**Le sénateur Corbin:** Je voudrais faire une remarque pour obtenir des précisions. Je ne sais pas si vous étiez dans la salle quand j'ai dit que je suis un partisan de CBC. J'obtiens la majeure partie de mes informations à CBC et à Radio-Canada. Depuis plusieurs années, toutefois, nous constatons une tendance inquiétante. CBC et Radio-Canada ont considérablement réduit leur couverture de l'actualité internationale. Elles n'ont plus qu'un ou deux journalistes ici ou là, couvrant de vastes territoires. Il leur est devenu totalement impossible d'expliquer sérieusement le reste du monde aux Canadiens.

Parallèlement à ce serrage de ceinture, surtout à Radio-Canada, on a maintenant des correspondants d'autres médias qui servent uniquement à éructer de brefs commentaires ponctuels. Il s'agit généralement de gens qui n'ont aucune connaissance ni aucune compréhension du Canada et de ses préoccupations.

Personnellement, je pense que c'est tragique. Pour ne vous donner qu'un exemple, nous avions autrefois un Roméo LeBlanc, qui est devenu gouverneur général. On le voyait à la télévision, en noir et blanc à l'époque, puis après en couleurs, pratiquement un jour sur deux.



**Senator Graham:** Do you remember black and white?

**The Chairman:** He is too young.

**Mr. Travers:** Columnists see everything in black and white, sir.

**Senator Graham:** Touché.

**Senator Corbin:** I think that is one of the more grievous failings of the CBC in the process of belt-tightening. Of course, you cannot blame the CBC for that; you have to blame the government.

What I am really asking is for your comments on the necessity of having Canadian journalists covering external events in a way that Canadians can understand, and not just the neutral, clinically clean, emasculated type of reporting we are being fed now, by not only Radio-Canada, but other broadcasters who buy those services.

I wonder if you could enlighten my dark land?

**Mr. Travers:** I can only enlighten you by largely agreeing with your premise. I can tell you as an aside, as a former foreign correspondent, I used to be worried watching correspondents in the field do what they call stand-ups for Irish television, Australian television, and BBC, and the only difference in the report was in the trailer saying this is so-and-so reporting for such-and-such.

Obviously, I feel it is essential to see the world through the perspective of Canadians. That was essentially self-evident in the 1970s and 1980s. It has been reinforced by current events. I no longer hear anyone ask why they should care about what happens over there. It is now apparent to everyone that international events are local events; that foreign news is local news. If anyone was in any doubt, September 11 changed that.

There is an enormous benefit to having Canadians in the field. One is the core coverage. There is the issue that I mentioned about being able to observe and report on Canadian activities abroad, which I can assure you, no other international service will ever cover. No one cares what Canadians are doing in the Middle East or in Botswana, even though Canadians are doing some interesting things in both places. Those are just two examples. No one will report those issues because they have no market for them.

The other issue, and I think it is an important one because it affects the quality of the overall publication, is that, by having a foreign service, it effectively acts as a magnet for the rest of the staff. The idea, still, for many journalists of being able to operate overseas, against the best journalists in the world, is both a reward and a challenge that is enormously valuable to the organization. It attracts better people to journalism, and it gives people a level of training and understanding that they then bring back to their newsrooms.

**Le sénateur Graham:** Vous vous souvenez du noir et blanc?

**La présidente:** Il est trop jeune.

**M. Travers:** Les chroniqueurs voient tout en noir et blanc, monsieur.

**Le sénateur Graham:** Touché.

**Le sénateur Corbin:** Je pense que c'est l'un des dommages les plus regrettables du serrage de ceinture à Radio-Canada. Évidemment, ce n'est pas à Radio-Canada qu'il faut le reprocher mais au gouvernement.

Ce qui m'intéresse, c'est de savoir si vous pensez qu'il est nécessaire d'avoir des journalistes canadiens pour couvrir les événements internationaux d'une manière que les Canadiens peuvent comprendre, et pas seulement le type de reportage neutre, cliniquement propre et émasculé avec lequel on nous gave aujourd'hui, pas seulement à Radio-Canada mais aussi sur les autres chaînes qui achètent ces services.

Pourriez-vous nous éclairer là-dessus?

**M. Travers:** Je ne peux qu'exprimer mon accord avec cette opinion. Entre parenthèses, comme j'étais autrefois correspondant étranger, je peux vous dire que j'étais inquiet quand je voyais des correspondants locaux faire ce qu'on appelle des directs pour la télévision irlandaise, la télévision australienne et la BBC, la seule différence étant l'identification de fin de reportage disant «c'était untel, pour telle ou telle chaîne».

Bien sûr que j'estime essentiel qu'on nous présente le monde du point de vue des Canadiens. C'était essentiel dans les années 70 et 80 et ça l'est encore plus aujourd'hui. On n'entend plus jamais personne demander pourquoi ce qui se passe à l'autre bout du monde devrait nous intéresser. Tout le monde sait aujourd'hui que les événements internationaux sont des événements locaux, que l'actualité étrangère est une actualité locale. Si quiconque en doutait autrefois, le 11 septembre a remis les pendules à l'heure.

Nous tirons un avantage énorme de la présence de Canadiens à l'étranger. Le premier est d'abord qu'on nous informe sur ce que font les Canadiens à l'étranger, et je peux vous garantir qu'aucun service international ne vous le dira jamais. Tout le monde se moque de ce que font les Canadiens au Moyen-Orient ou au Botswana, même si nous y faisons des choses fort intéressantes. Et ce ne sont là que deux exemples parmi d'autres. Personne ne fera de reportage là-dessus parce qu'il n'y a pas de marché international pour ça.

Le deuxième avantage, et je pense qu'il est important car il influe sur la qualité globale de la publication, c'est que l'existence d'un service étranger est une sorte d'aimant pour le reste du personnel. Il y a encore beaucoup de journalistes qui considèrent que travailler à l'étranger, face aux meilleurs journalistes au monde, est à la fois une récompense et un défi extrêmement enrichissant pour leur organisation. Cette possibilité attire les meilleurs dans la profession et donne aux journalistes un niveau de formation et de compréhension dont ils peuvent ensuite faire bénéficier leur propre salle de nouvelles.

It is a multi-faceted benefit, and one that I am very concerned is being lost. You are using a print example, but obviously the loss of Southam News was a major blow to Canadian journalism, as well as a personal one to those of us who worked there and felt that it was a kind of minimum contribution to Canadian reporting. I think it would be very difficult to overestimate the value of having people in the field.

**The Chairman:** When Southam News was at its most healthy, how many bureaux did it have and where were they?

**Mr. Travers:** I was trying to work through it today. It is like trying to establish the staffing of a newspaper, no one is ever entirely certain. At its heyday, I think we were operating 11 bureaux internationally, plus bureaux across the country. I will check the number.

**The Chairman:** That would be helpful, because, since you ran the place, you were as well placed as anyone to know. One of the things we try to do is measure trends. There have been references, both laudatory and sneering, to our romanticized past. We do not want to romanticize; we want to know what we are talking about.

**Senator Graham:** It is always nice to see you, Mr. Travers. I watch you Friday afternoons.

**Mr. Travers:** That is the only thing that proves we are actually real.

**Senator Graham:** You are on a very interesting programme between 5 and 6 on CBC with Don Newman.

I am looking for the raison d'être of a newspaper.

I know that they have a bottom line for the shareholders. What is the most important aspect of newspapers? Is it to inform public opinion? Is it to educate? Is it to influence public opinion? Would you comment on that or add to it?

**Mr. Travers:** The simple answer is all of the above, but hopefully in the appropriate places. The role of news pages is as much as possible to cover current events and to add whatever context is necessary so that readers can (a) stay abreast of those events, and (b) hopefully, put those events into some sort of meaningful relationship to their own lives.

There is also the aspect of education in newspapers. One of the greatest qualities of newspapers, something missing from the Internet and electronic forms of newspapers, is serendipity. When you are flipping through a newspaper, you always find things that surprise, delight, and change the way you think about the world around you. In some ways, that is education at its most palatable.

I do not want to duck the last part of your question, because it is obviously quite germane in the context of what we have seen in the debate over whether it is appropriate for a company to impose the core of its editorial policy on group papers. There is obviously

Il s'agit là d'un avantage multiple mais je crains que nous ne soyons en train de le perdre. Vous avez donné un exemple de la presse écrite mais il est évident que la perte de Southam News porte un coup terrible au journalisme canadien, et aussi un coup personnel à ceux d'entre nous qui y ont travaillé et qui pensaient que cela constituait une sorte de contribution minimale au journalisme canadien. Je pense qu'il serait très difficile de surestimer l'importance d'avoir des correspondants sur place.

**La présidente:** À son apogée, combien de bureaux avait Southam News, et où se trouvaient-ils?

**M. Travers:** J'essayais de faire le point là-dessus aujourd'hui. C'est comme essayer de compter le nombre d'employés d'un journal, on n'en est jamais certain. À son apogée, je pense que Southam News avait 11 bureaux internationaux, plus des bureaux au Canada. Je pourrai vérifier.

**La présidente:** Ce serait utile et vous êtes le mieux placé pour nous le dire puisque vous en avez été le directeur. L'une des choses que nous essayons de faire est de cerner des tendances. D'aucuns ont fait référence, certains de manière louangeuse et d'autres avec mépris, à notre passé romancé. Nous ne voulons rien glorifier, nous voulons simplement savoir de quoi nous parlons.

**Le sénateur Graham:** C'est toujours un plaisir de vous voir, monsieur Travers. Je vous regarde le vendredi après-midi.

**M. Travers:** C'est la seule chose qui prouve que nous existons vraiment.

**Le sénateur Graham:** Vous participez à une émission très intéressante entre 5 heures et 6 heures, sur CBC, avec Don Newman.

J'essaie de trouver la raison d'être d'un journal.

Je sais qu'il y a d'abord le profit des actionnaires. Quel est cependant l'aspect le plus important d'un journal? Est-ce informer l'opinion? Est-ce éduquer? Est-ce influencer l'opinion publique? Qu'en pensez-vous?

**M. Travers:** La réponse est simple, c'est tout cela en même temps mais, idéalement, de manière appropriée. Le rôle des pages d'actualité est de couvrir le plus possible les événements en cours en ajoutant le contexte nécessaire pour permettre au lecteur a) de se tenir au courant de l'actualité et b) de comprendre la relation qui existe entre les événements et leur propre vie.

Les journaux jouent aussi un rôle éducatif. L'une de leurs plus grandes qualités, et c'est ce qui manque à Internet et à la presse électronique, c'est le hasard heureux qui vous fait apprendre quelque chose. Quand vous tournez les pages d'un journal, vous avez toujours une chance de découvrir quelque chose qui va vous surprendre, vous ravir et changer la manière dont vous voyez le monde qui vous entoure. À certains égards, c'est l'éducation la plus simple à acquérir.

Je ne veux pas éviter la dernière partie de votre question, parce qu'elle est à l'évidence tout à fait pertinente dans le cadre de ce que nous avons vu dans le débat sur ce qu'une entreprise peut légitimement imposer comme politique éditoriale aux journaux de



a role for newspapers in influencing decisions, but it is very important that effort to influence be framed in a way that is clear to readers.

I do not think any newspaper person would claim that the paper can be entirely objective. It does strive to be fair and not to let propaganda, or proselytizing, slip into its news pages. On the editorial and opinion pages and in clearly defined areas of the paper, it is proper to expose readers to what the newspaper believes is a proper approach to an issue. More importantly, and this was referred to earlier, it is proper for the newspaper to give readers a chance to assess and evaluate the full range of opinion on any current issue to help them make the kind of decisions that fall to us as citizens in a democracy.

**Senator Graham:** Does cross-media ownership pose any problems for newspapers?

**Mr. Travers:** Yes.

**Senator Graham:** Would you agree with the Southams, who appeared as witnesses earlier today, that the CRTC ought to play a role and be more explicit when the CanWest broadcasting arm applies for licence renewals? Should the CRTC take into consideration that they also own newspapers?

**Mr. Travers:** Yes, I do agree. I feel very strongly, for a variety of reasons, that cross-media ownership has turned out to be a mistake, at least for newspapers. I cannot comment authoritatively on the impact on the other side of the business.

In attempting to make Canadian corporations competitive in a global climate, we, as a country, forgot the important and fundamental role that newspapers play in a democracy. By allowing newspapers to be taken into the convergence model, we have exposed them to much more harm than anyone anticipated.

I do not want to ramble on here, but if I could, I would just explain a couple of those issues. First of all, there is a fundamental misunderstanding about the nature of the beast. To people looking at media as a corporation in an abstract way, it made perfect sense that you would combine print and electronic sources of information. For those people who wanted to reduce costs, it made sense to them to have the same journalists function in multiple roles.

That ignores that the parts of the business are fundamentally different. I will use a very simplistic example. At the end of a hockey game, a newspaper reporter's job is beginning. At that point, he or she must interview coaches, players and examine whatever issues are around. They must add that context to their piece.

However, immediacy is the issue in television. You want to be on the air with instant analysis or an interview. In most cases, it is simply impossible to combine those two aspects successfully.

son groupe. Il est évident que les journaux influent sur les décisions politiques, mais il est très important que l'effort qu'ils déploient en la matière soit très clairement compris par le lecteur.

Je ne pense pas qu'un journaliste quelconque puisse prétendre que son journal peut être totalement objectif. Il s'efforce d'être juste et de ne pas laisser la propagande ou le prosélytisme s'insinuer dans ses pages d'actualité. Dans les pages éditoriales et d'opinion, et dans les parties clairement définies du journal, il est normal de donner au lecteur ce que le journal pense être la bonne analyse de telle ou telle question. Plus important encore, et quelque'un y a déjà fait allusion, il est normal que le journal donne à ses lecteurs la possibilité d'analyser et d'évaluer toute la gamme d'opinions sur les questions importantes, pour les aider à prendre leurs décisions en tant que citoyens d'une démocratie.

**Le sénateur Graham:** La propriété croisée des médias pose-t-elle des problèmes quelconques aux journaux?

**M. Travers:** Oui.

**Le sénateur Graham:** Diriez-vous comme les Southam, qui vous ont précédé aujourd'hui, que le CRTC devrait jouer un rôle et être plus explicite quand la branche radiodiffusion de CanWest demande un renouvellement de licence? Le CRTC devrait-il tenir compte du fait qu'elle possède aussi des journaux?

**M. Travers:** Oui, je suis d'accord avec ça. J'ai la très ferme conviction, pour maintes raisons, que la propriété croisée a été une erreur, en tout cas pour les journaux. Je ne peux exprimer d'opinion éclairée en ce qui concerne les autres secteurs des entreprises.

En voulant rendre les sociétés canadiennes compétitives sur la scène mondiale, nous avons oublié le rôle important et fondamental que jouent les journaux dans une démocratie. En laissant des journaux tomber dans le modèle de la convergence, nous leur avons causé beaucoup plus de tort qu'on ne l'avait prévu.

Je ne veux pas radoter mais, si vous me le permettez, je voudrais expliquer une ou deux petites choses. Tout d'abord, il y a un malentendu fondamental quant à la nature de l'animal. Pour les gens qui considèrent les médias comme des entités abstraites, il était parfaitement logique de combiner les sources d'information imprimées et électroniques. Pour les gens qui voulaient réduire les coûts, il semblait raisonnable de confier des rôles multiples aux journalistes.

Hélas, cela néglige le fait que les différents secteurs sont foncièrement différents, et je vais vous en donner un exemple simpliste. Dans un journal, le rôle du journaliste sportif débute à la fin d'une partie de hockey. C'est à ce moment-là qu'il organise des entrevues avec les entraîneurs et avec les joueurs et qu'il analyse la partie qui vient de se terminer. C'est ce qu'il est obligé de faire pour établir le contexte de son article.

À la télévision, le critère essentiel est l'immédiateté. On doit être en ondes avec une analyse instantanée ou avec une entrevue immédiate. Dans la plupart des cas, il est tout simplement impossible de combiner ces deux aspects avec succès.

The other thing that worries me greatly is that we might be importing the values of television. Some public affairs television is of a very high standard, but television is fundamentally entertainment. To be successful, newspapers must go much beyond that to the very things that you raised, such as the principles of education, informing people and adding a context that is not available on electronic media.

Another great worry is that we have taken businesses that were very profitable and tied to their communities in many ways and put them inside a larger corporate body. We have not only broken the ties to the community, but we have also made them vulnerable to the financial ebb and flow of the larger corporation.

Originally people thought of that as protection for newspapers, but it does not seem to be working out that way. As we have all seen over the past couple of years, whenever a part of the corporation has to be stripped of resources, they seem to go first to newspapers.

At the very core of what I was arguing this morning is that companies that could stand alone and be profitable, and while being profitable, could still operate in the public interest, are being lost by their very presence inside conglomerates with much broader interests. That is extremely unfortunate, and it is dangerous for the quality of our public debate.

**Senator Graham:** Have you been affected by the Jayson Blair scandal at *The New York Times*? What are your observations on that as a journalist?

**Mr. Travers:** Every journalist has been affected by it. We have all been first curious but also looking at it for the lessons that might be exported to our own organizations. Some of the things that Mr. Blair was accused of are not unheard of in newspapers.

The fundamental issue is how to balance the issues of journalistic excellence — *The New York Times* is obviously a standard bearer of journalistic excellence — with the other issues of matching the diversity of your audience with the diversity of your reporting staff?

If I could, I would add one last point. One of the most intriguing and perhaps encouraging aspects of what was a very damaging affair was the way that *The New York Times* approached that in the responsibility that they took in exposing their own dirty laundry to the public; and the kind of analysis of their own flaws that most newspapers could not undertake — just do not have the editorial resources to do. They took it so seriously and were so damaging to themselves. I think it speaks to an understanding of the role of newspapers and — something that in the context of this hearing is important — that the organization itself understands that it has nothing more valuable than its credibility. It did everything possible to explain to its audience what had gone wrong. In that sense, it restored its credibility.

L'autre chose qui m'inquiète beaucoup est que nous risquons d'importer dans les journaux les valeurs de la télévision. Certaines émissions d'actualité sont de très haut niveau mais, foncièrement, la télévision est un outil de loisir. Pour réussir, un journal doit aller loin au-delà et jouer précisément les rôles que vous avez évoqués, comme éduquer, informer et donner un contexte qui n'existe tout simplement pas dans un média électronique.

Une autre chose qui m'inquiète beaucoup est que nous avons pris des entreprises qui étaient très rentables et directement reliées à leurs communautés, de nombreuses manières, pour les intégrer à un ensemble corporatif beaucoup plus vaste. En faisant ça, nous n'avons pas seulement brisé les liens avec les communautés, nous avons également rendu ces entités vulnérables aux velléités financières de l'entité corporative.

Au début, les gens pensaient que cela protégerait les journaux mais la réalité semble être bien différente. Comme nous avons pu le constater ces dernières années, chaque fois qu'on décide de réduire les ressources d'une partie de l'entité corporative, ça semble toucher les journaux en premier.

Le coeur même de mon argumentation de ce matin est que les entreprises devraient être capables de tenir debout toutes seules et d'être rentables tout en continuant d'agir dans l'intérêt public, éléments qu'élimine leur présence même au sein de conglomerats ayant des intérêts beaucoup plus vastes. C'est là une situation extrêmement regrettable, et elle est dangereuse pour ce qui est de la qualité de nos débats publics.

**Le sénateur Graham:** Avez-vous été touché par le scandale de Jayson Blair au *New York Times*? Qu'en pensez-vous, en tant que journaliste?

**M. Travers:** Tous les journalistes ont été touchés par ce scandale. Au début, nous avons été curieux mais, ensuite, nous sommes demandés quelles leçons nous devons en tirer pour nous-mêmes. Certaines des choses dont on accuse M. Blair avaient déjà été constatées dans la presse écrite.

Le problème fondamental est de trouver un juste équilibre entre l'excellence journalistique — le *New York Times* est évidemment une référence en matière d'excellence journalistique — et des questions telles que la concordance à assurer entre la diversité du lectorat et la diversité de l'équipe journalistique.

J'aimerais ajouter une dernière remarque. L'un des aspects les plus intrigants et peut-être les plus encourageants de cette affaire très regrettable est la manière dont le *New York Times* a assumé ses responsabilités en lavant son linge sale en public, et le sérieux avec lequel il a analysé ses propres carences, ce que la plupart des autres journaux n'auraient pas pu faire — tout simplement parce qu'ils n'en ont pas les moyens éditoriaux. Le journal a pris cette affaire très au sérieux, même si cela devait lui causer du tort. Je pense que cela témoigne d'une parfaite compréhension du rôle d'un journal et — facteur qui est important dans le cadre de vos audiences — du fait qu'il sait parfaitement que son atout le plus précieux est sa crédibilité. Il a fait tout son possible pour expliquer à son public ce qui s'était passé. Dans un sens, il a ainsi rétabli sa



That, again, speaks directly to the connection that a newspaper must have to its audience and to its community. I think *The New York Times* did an admirable job of that.

**Senator Graham:** I have a question in regard to the Iraqi war and the specific instance of saving Private Lynch. A more general question would be the coverage of that war. One witness told us that he felt that the coverage by CBC and BBC was not balanced. When I asked him about the coverage by CNN, NBC, ABC and CBS, he said he did not watch any of those. My own opinion was, by contrast — because I watched them all, switching the dial — I thought that the coverage by CBC was balanced, given their limited resources; and the coverage by BBC was better than any of the American outlets. Then we have this situation with saving Private Lynch, a story that was broken by one of your colleagues at the *Toronto Star* through good, foreign investigative journalism.

**The Chairman:** Do you mean the debunking? I think you are referring to the debunking of the story of saving Private Lynch, which was broken by the *Star*.

**Mr. Travers:** Although it may not be a perfect example, it does speak to the necessity of having both senior journalists and people on the ground who are there long enough to understand, and have their own context, and can move beyond the range of the delivered story.

It is what we, as political journalists used to refer to as the daily gainsburger — the thing that was handed out to you on Prime Minister Trudeau's plane, to begin with. I am sure you may remember that. You may have actually had something to do with the mix in the gainsburger.

It is extraordinarily important to be able to go beyond that. What really worries me about the decline in Canadian representation abroad is that I do not believe that you can get that kind of depth of reporting — and to go beyond the surface, and the embedding is a whole subsidiary issue to that — without maintaining bureaus and without maintaining people who have been abroad long enough to say, "You know, I have looked at this story and there is something that is just not right about this and we want to do more on it." It is that kind of instinctual thing that journalists have to develop, and they develop it better in the field than anywhere else. I am deeply worried that we will end up just looking at the veneer of stories, without ever getting below the surface, if we continue to lose our foreign bureaus and foreign correspondents.

**Senator Ringuette:** I am very interested in the discussion going on. Like many of us, I was distressed by what happened to some of your colleagues a few weeks ago. We have been hearing some points of view, in regard to schools of journalism, that they are cookie cutter types of training. We have heard also the fact that it would be better if journalism would be developed, not within a school of journalism, per se, but from different academic fields.

crédibilité. Encore une fois, cela témoigne clairement du lien qu'un journal doit avoir avec son lectorat et avec sa communauté. À cet égard, je pense que le *New York Times* a fait un travail admirable.

**Le sénateur Graham:** Je voudrais vous poser une question sur la guerre en Iraq et le cas particulier du sauvetage du soldat Lynch. Je pourrais aussi vous poser une question plus générale sur la couverture de cette guerre. Un témoin nous a dit que la couverture de CBC et de la BBC n'était pas équilibrée, à son avis. Quand je l'ai interrogé sur la couverture de CNN, NBC, ABC et CBS, il a dit qu'il ne regardait pas ces chaînes-là. Mon opinion à moi — parce que je les ai regardées toutes — c'est que la couverture de CBC était tout à fait équilibrée, considérant les ressources limitées du réseau, et que la couverture de la BBC était meilleure que celle de n'importe quelle chaîne américaine. Il y a eu ensuite le sauvetage du soldat Lynch, une affaire qui a été révélée par l'un de vos collègues du *Toronto Star* par du bon journalisme d'enquête.

**La présidente:** Vous parlez de la démystification? Vous voulez dire que c'est la démystification du sauvetage du soldat Lynch qui a été faite par le *Star*.

**M. Travers:** Bien que ce ne soit peut-être pas un exemple parfait, cela témoigne bien de la nécessité d'avoir à la fois des journalistes chevronnés et des journalistes sur le terrain, présents depuis assez longtemps pour comprendre le contexte et aller au-delà de l'événement brut.

C'est ce que nous, journalistes politiques, appelions autrefois notre pain quotidien — ce qu'on nous donnait dès qu'on mettait le pied dans l'avion du premier ministre Trudeau. Je suis sûr que vous vous souvenez de ça. Il se peut même que vous ayez eu quelque chose à voir avec la préparation de la farine.

Il est extraordinairement important d'aller au-delà de l'événement brut. Ce qui m'inquiète beaucoup dans le déclin de la présence canadienne à l'étranger, c'est que je ne pense pas que vous puissiez obtenir ce type de reportage approfondi — allant sous la surface des choses, et l'enchâssement des journalistes est directement relié à ça — sans maintenir des bureaux et des journalistes qui sont présents depuis assez longtemps sur place pour pouvoir dire: «Voyez-vous, j'ai réfléchi à cette histoire et il y a là quelque chose qui ne va pas du tout, il faut creuser un peu plus». C'est ce genre d'instinct professionnel que le journaliste doit acquérir, et c'est sur le terrain qu'il peut l'acquérir le mieux. Je crains très sérieusement que nous ne finissions par n'examiner que l'aspect superficiel des choses, sans jamais aller au-delà de la surface, si nous continuons de perdre nos bureaux étrangers et nos correspondants étrangers.

**Le sénateur Ringuette:** Cette discussion est extrêmement intéressante. Comme beaucoup d'entre nous, j'ai été désolé par ce qui est arrivé à certains de vos collègues il y a quelques semaines. Certains témoins nous ont parlé des écoles de journalisme en disant qu'on y fabrique des journalistes robots. Nous avons aussi entendu dire qu'il serait préférable que le journalisme soit enseigné non pas dans des écoles de journalisme mais à partir d'autres disciplines universitaires.

I see that you sense that your colleagues in the industry feel vulnerable with the latest events. What would you suggest to a young Canadian who would be interested in going into journalism? With your experience, your background and recent events, what would you say? Go into economics and then learn how to write about it, or go and learn how to write and then find the issues?

**Mr. Travers:** For me that is not a hypothetical question. I have a son who is just completing grade 13 who happens to be quite a naturally talented writer. He has an interest in journalism. He asked me whether I thought he should go to journalism school or pursue a career in journalism.

It was quite a sobering moment for me. As deeply as I believe in the importance of journalism, I was extraordinarily reluctant to say to him that he should pin his career in a narrow way to a business that is essentially controlled by three companies in this country. A really significant concern for all journalists is that we are rapidly running out of choice.

I will come to your education question, but you can understand that we have heard a lot about newsroom chill and how people feel vulnerable. If you have left the *Toronto Star* to work for the *National Post*, and somewhere earlier in your career you happened to work for *The Globe and Mail*, you have basically used up all your options in this country.

There are a number of problems with that. One is that it encourages good people to leave and do other things. The other is that it makes people even more easily controlled by their newsroom masters. You are living in a world where your connection to your livelihood is with that one company. If that thread is severed, that could be the end of a career. As we all know, at certain ages it is difficult to restart careers, and all those sorts of personal considerations.

To answer the education part of it, the best journalism schools are now doing two things. First, they are getting people who understand the business as it is today to join their faculty. That is happening more and more frequently. That is a very good thing. Second, to your point, they are encouraging people to get the broadest possible education.

If I were to be offering that kind of advice, I would tell a young person to read everything they could possibly read from every political and other point of view. I would tell them to get a good background in politics and economics and history — because those are the things that really matter to journalists — and to focus on the broadest aspects of the business.

In many ways, a significant amount of time is spent at journalism schools teaching things that are learned quite quickly in the hothouse of a newsroom. You can bring most to the business by understanding as many other things as possible, particularly economics, which we are not strong at.

Je crois comprendre que vos collègues se sentent aujourd'hui très vulnérables. Que diriez-vous à un jeune Canadien qui voudrait devenir journaliste? Considérant votre expérience et les événements récents, que lui diriez-vous? Apprenez l'économie puis apprenez ensuite à écrire sur l'économie, ou allez d'abord apprendre à écrire et étudiez ensuite l'économie?

**M. Travers:** Pour moi, cette question n'est pas du tout théorique. J'ai un fils qui termine sa 13<sup>e</sup> année et il se trouve qu'il a un talent naturel d'écriture. Il s'intéresse au journalisme. Il m'a demandé s'il devrait aller dans une école de journalisme et faire carrière là-dedans.

Il m'a été difficile de lui répondre. Même si je crois profondément à l'importance du journalisme, j'ai été extraordinairement réticent à lui dire qu'il devrait circonscrire sa carrière à un secteur qui est aussi directement contrôlé par trois entreprises. L'une des inquiétudes les plus grandes de tous les journalistes est que nos choix se rétrécissent rapidement.

Je vais répondre à votre question mais vous comprendrez que nous avons beaucoup entendu parler d'une chape de plomb dans les salles de nouvelles, et de gens qui se sentent vulnérables. Quiconque a quitté le *Toronto Star* pour aller au *National Post* et avait plus tôt dans sa carrière travaillé au *Globe and Mail* a foncièrement épuisé toutes ses options.

Cela pose un certain nombre de problèmes. Le premier est que cela encourage de bons journalistes à abandonner et à aller faire autre chose. Le deuxième est que cela rend ceux qui restent encore plus faciles à contrôler dans les salles de nouvelles. Les gens vivent aujourd'hui dans un monde où leur gagne-pain dépend d'une seule entreprise. Si ce lien est brisé, ça peut mettre fin à leur carrière car nous savons tous qu'il est difficile de redémarrer après un certain âge, et qu'il y a toutes sortes d'autres facteurs personnels qui entrent en jeu.

Pour ce qui est de votre question, les meilleures écoles de journalisme font aujourd'hui deux choses. Tout d'abord, elles font appel comme enseignants à des gens qui comprennent le secteur tel qu'il existe aujourd'hui. Cela se fait de plus en plus fréquemment, et c'est une très bonne chose. Ensuite, elles encouragent les étudiants à obtenir l'information la plus large possible.

Si je devais répondre à cette question, je recommanderais à l'étudiant de lire le plus de choses possible, représentant toutes les opinions politiques possibles. Je lui dirais d'acquérir une bonne formation de base en politique, en économie et en histoire — parce que ce sont les choses qui comptent vraiment pour les journalistes — et de s'intéresser aux aspects les plus larges du journalisme.

On passe beaucoup de temps dans les écoles de journalisme à enseigner des choses qu'on peut apprendre très rapidement dans le creuset d'une salle de nouvelles. C'est quand on a une bonne compréhension du plus grand nombre de choses possible qu'on peut apporter le plus au journalisme, surtout en économie, domaine dans lequel nous ne sommes pas très forts.



**The Chairman:** Can you recall, when you were editor-in-chief of the *Ottawa Citizen*, how many journalists worked there?

**Mr. Travers:** Yes, when I started the full newsroom complement — library support, editors, reporters, and artists — the whole department was 196. When I left, the number was just slightly below 175. Those figures are from 1991 to 1996, when there was a dramatic decline.

**Senator Corbin:** Could that be explained by new technologies?

**Mr. Travers:** Some of it could be explained by new technologies but most of it could be better explained by the downturn in the economy. Again, there is the process of corporations buying companies that means the debt must be serviced by that new company. In the newspaper business, there are only a couple of ways to increase revenues or improve performance. One is to sell more newspapers, which does not have a quick substantial impact. The other is to sell more advertising, which you will probably not do in a recession. After that, you are down to what we most often did through the 1990s — the buzzword at the time was “right-sizing newspapers,” which basically meant slashing staff.

**The Chairman:** Do you know if this trend is continuing at the *Ottawa Citizen*?

**Mr. Travers:** I do not know what the current numbers are, as you know. I do not want to be the vehicle or the vector for rumours but there is a great deal of speculation that more cuts are coming across the chain in the near future.

**The Chairman:** In your presentation, you talked about the difference between stories about local issues written for national audiences and, essentially, local stories written for local audiences and then shipped out to the national audience. Could you give any examples of the kind of differences that you are talking about?

**Mr. Travers:** Yes. There are many examples. Essentially, an article written for a local audience assumes knowledge of the characters and the plot, if you will, and people have usually been exposed to the story. I can use any number of examples. A *Calgary Herald* story on development in the oil patch is written in a very specific way for that audience with the writer's knowledge that the audience understands the story and the context. However, that story, when read in Dundas, Ontario, needs to be written in an entirely different way, in a more explanatory way and in a more analytical form so that the reader can get something out of it to understand the implications of the story. All of that may be quite apparent to a reader in Calgary but would not be apparent to a reader elsewhere in the country.

We have found at Southam News that not every journalist would be able to accomplish that. Often people put in the field would still see stories as local and not understand that explanatory difference that makes the story worthwhile and worth reading away from its locus, if you will. I tried to use the example of a magazine story because it is such a different approach, a different thought process and a different writing process for a different audience. I think there are great advantages

**La présidente:** Vous souvenez-vous du nombre de journalistes que vous aviez lorsque vous étiez rédacteur en chef du *Ottawa Citizen*?

**M. Travers:** Oui, quand j'ai commencé, j'avais un effectif complet de 196 personnes — soutien bibliothécaire, rédacteurs, journalistes et artistes. Quand je suis parti, il y en avait un peu moins de 175. Je vous donne les chiffres de 1991 à 1996, ce qui représente une baisse spectaculaire.

**Le sénateur Corbin:** Et c'est à cause des nouvelles technologies?

**M. Travers:** C'est en partie à cause des nouvelles technologies mais surtout à cause de la récession économique. Là encore, le fait que des grandes entreprises en achètent d'autres signifie qu'il y a une dette à éponger. Dans la presse écrite, il y a plusieurs méthodes pour accroître les revenus ou améliorer le rendement. La première est de vendre plus de journaux, mais cela n'a pas d'impact sensible rapidement. La deuxième est de vendre plus de publicité, ce qu'on ne peut probablement pas faire en période de récession. La troisième, et c'est celle qu'on a employée le plus souvent dans les années 90 — ça consiste essentiellement à mettre les gens à la porte, c'est-à-dire à «rajuster l'effectif», comme on disait à l'époque.

**La présidente:** Savez-vous si cette tendance continue au *Ottawa Citizen*?

**M. Travers:** Je ne sais pas quel est l'effectif actuel, vous vous en doutez. Je ne veux pas répandre de rumeurs mais il y a aujourd'hui beaucoup de spéculation sur le fait qu'il y aurait d'autres charrettes dans un avenir proche.

**La présidente:** Vous parliez dans votre exposé de la différence entre les articles relatifs à des événements locaux rédigés pour un public national et, essentiellement, les articles relatifs à événements locaux rédigés pour un public local puis expédiés à un public national. Pourriez-vous nous donner des exemples des différences auxquelles vous pensiez?

**M. Travers:** Oui, il y en a beaucoup. Essentially, un article rédigé pour un public local suppose qu'on connaît les personnages et le scénario, si je peux dire, et qu'on a été d'une certaine manière exposé à l'événement. Je peux vous donner plusieurs exemples. Un article du *Calgary Herald* sur un événement du secteur pétrolier est rédigé de manière très particulière pour ce public, par un journaliste qui sait que son public va comprendre de quoi il parle et connaître le contexte. Par contre, cet article lu à Dundas, en Ontario, doit être rédigé d'une manière complètement différente, en donnant plus d'explications et en fournissant plus d'analyse, pour que le lecteur puisse comprendre les ramifications. Tout ce qui peut être une évidence pour un lecteur de Calgary ne l'est pas nécessairement pour un lecteur d'une autre région.

À Southam News, nous avons constaté que tous les journalistes ne possédaient pas nécessairement ce talent. Il arrivait souvent que des journalistes analysent les événements du point de vue local et ne comprennent pas la nécessité de donner des explications pour faire comprendre l'événement à des lecteurs plus distants, si vous voulez. Je peux aussi vous donner comme exemple un article de magazine, qui procède d'une démarche tellement différente, d'un processus de réflexion et d'un processus

to sharing copy between papers. However, I do not think it makes up for having national bureaus and national correspondents posted around the country whose only focus is to explain that region to another region, knowing that the region they are writing for has a limited understanding.

**The Chairman:** You might even have difficulties with unstated assumptions about what is important, what is not important, what is good and what is bad. When you cited something out of the oil patch, I was thinking that a story in Calgary to the effect that oil prices are rising would probably be viewed as good news, whereas in Dundas, Ontario, it would be viewed as unalloyed bad news.

**Mr. Travers:** Your example is better than mine.

**The Chairman:** The other thing I wanted to ask you about is this question of corporate influence in the newsroom and the editorial. By "editorial" I mean newsroom autonomy, decisions, and priorities. You talk about vulnerability and the witnesses who preceded you today talked about advertising departments' intrusions into what formerly would have been newsroom decisions. Do you want to talk about that?

**Mr. Travers:** It is a very important point and stems from your background. Not to extend a hockey metaphor but often an editor feels more like a goalie than a forward.

The editor is constantly trying to stop intrusions into the newsroom by those whose interests at the newspaper, which is a complex, corporate organization, are not the same as those of the editor or someone who is responsible for the news department.

In other words, you are trying to protect your staff from those who want to influence their stories in such a way that it is beneficial either to the rest of the business or to one of their friends. That is a constant process that every editor is aware of. It is one of the reasons that every inquiry into the state of Canadian journalism is always trying to find some remedy to build a kind of defence around editors to make them more independent. Many mechanisms have been considered so that you can actually say to a publisher, "Who is your boss" and, "No, I will not do that", and not be fired the next day. There is a huge gradation between "no" and "yes." There are many ways of managing that enormous concern. I can only say that the world in which I lived as an editor seems to be more comfortable than the one that current editors live in. The relationship between editor and publisher and editor and proprietor is clearly changing with the appointment of publishers who are not the kind of local proprietors that the Southams knew but are more like branch plant managers from head office. That makes it even more difficult to say no.

de rédaction complètement différents pour un public différent. Je pense que partager des articles entre des journaux offre de grands avantages, certes, mais je ne pense pas que ça puisse compenser l'existence de bureaux nationaux et de correspondants nationaux dispersés un peu partout dans le pays, dont le seul objectif est d'expliquer leur région aux autres, et de comprendre que la région dont ils parlent n'est pas nécessairement bien connue par les autres.

**La présidente:** Vous pourriez même avoir des difficultés avec des postulats inexprimés sur ce qui est important et qui ne l'est pas, sur ce qui est bon et ce qui est mauvais. Quand vous parliez du secteur pétrolier, je songeais au fait qu'un article annonçant la hausse des prix du pétrole serait probablement considéré comme une excellente nouvelle à Calgary et comme une catastrophe à Dundas, en Ontario.

**M. Travers:** Votre exemple est meilleur que le mien.

**La présidente:** L'autre chose dont je voulais parler est l'influence de la corporation sur la salle des nouvelles et sur la ligne éditoriale. Quand je parle de «ligne éditoriale», je parle d'autonomie de la salle des nouvelles, de décisions et de priorités. Vous parliez de vulnérabilité, et les témoins qui vous ont précédés aujourd'hui ont parlé d'ingérence des services publicitaires dans ce qui était autrefois des décisions relatives à l'information. Voulez-vous nous parler de ça?

**M. Travers:** C'est un élément très important qui est relié à notre formation. Je ne veux pas insister sur la métaphore du hockey mais, bien souvent, le rédacteur en chef a plus le sentiment d'être un gardien de buts qu'un attaquant.

Il essaie constamment de bloquer l'ingérence dans la salle des nouvelles de ceux dont les intérêts envers le journal, qui est une organisation corporative complexe, ne sont pas les mêmes que les siens ou que ceux de la salle des nouvelles.

Autrement dit, le rédacteur en chef essaie de protéger son personnel contre ceux qui essaient d'orienter leurs articles d'une manière qui sera bénéfique au reste de l'entreprise ou à leurs amis. C'est un processus constant dont chaque rédacteur en chef est parfaitement conscient, et c'est l'une des raisons pour lesquelles chaque enquête sur l'état du journalisme canadien essaie toujours de trouver des solutions pour dresser une ligne de défense autour des rédacteurs en chef, afin de les rendre plus indépendants. Bien des mécanismes ont été envisagés pour pouvoir dire à l'éditeur: «Qui est votre patron» et «Non, je ne ferai pas ça», sans craindre d'être mis à la porte le lendemain. Il y a un large éventail de possibilités entre «non» et «oui». Il y a de nombreuses manières de gérer ce problème énorme. Je peux simplement vous dire que le monde dans lequel je vivais comme rédacteur en chef me semble avoir été beaucoup plus confortable que celui des rédacteurs en chef d'aujourd'hui. La relation entre le rédacteur en chef et l'éditeur, et entre l'éditeur et le propriétaire, est manifestement en train de changer avec la nomination d'éditeurs qui ne ressemblent pas aux propriétaires locaux que connaissaient les Southam mais qui sont plus des chefs de succursales dirigées par le siège social. Ça fait qu'il est encore plus difficile aujourd'hui de dire non.



It is only fair to say that newspapers clearly do have their own internal interests. People pursue them inside the papers quite aggressively and editors have to have both the moral compass and willingness to put their job on the line to rebuff those efforts.

**The Chairman:** We have heard testimony and seen data to the effect that concentration of ownership is less now than it was before. We have heard some testimony to the effect that convergence in pure journalistic terms would be good because it would allow innovations. We have heard various witnesses suggesting that there is not a problem. Why are we holding this inquiry? That is my last question. The Canadian Newspaper Association representative who appeared before the committee suggested, in as many words, that people get exorcised over personalities rather than over structures. The Senate committee's business is not to inquire into personalities. Is that true or are we looking at structural problems?

**Mr. Travers:** I think you are looking at structural problems and behavioural problems. I do believe that there is problem with the structure.

It is clearly demonstrable that there are problems with Canadian newspapers. Any once-thriving organization that is constantly losing staff, readers and its sense of purpose is in trouble. It is important to look at that. As I said in my presentation, a combination of factors is accelerating problems that we have known about for more than 30 years.

Cross-media ownership was a mistake. I do not see the benefits of it. It may be that in 10, 15 or 20 years someone will finally find a way to make convergence as profitable as its proponents suggest. Perhaps they will find a way to make it as interesting as those who saw it as a combination of different media into a new, exciting product that would draw more people to the business. We will wait to see if that happens.

In the relatively short term, you see damage. There is considerable damage. There is a ripple effect to that problem. I am sure everyone at this committee recognizes this.

In raw terms, only newspapers are still gathering and disseminating information. Most people will get their core, top-of-the-wave information from electronic media. Not only do the print media usually drive that agenda by gathering the information and exposing the story to the light of day, but they also add the context that keeps it alive.

I always found it extraordinarily frustrating as the editor of a paper when people would call me in the morning and say, "I do not know why I bother reading the *Ottawa Citizen*. I just heard everything on the front page on the local radio station?" I was tempted to say to them, "Could you also hear them turning the pages?" Those organizations literally have no staff and no editorial budget. Anything that eats away at the heart of

Certes, il convient d'admettre que les journaux ont manifestement leurs propres intérêts internes à protéger. Les gens essaient de les défendre avec vigueur, et il faut que les rédacteurs en chef aient à la fois une boussole morale en bon état de marche et qu'ils soient prêts à mettre leur poste en jeu pour résister à ces efforts.

**La présidente:** Nous avons recueilli des témoignages et vu des données indiquant que la concentration de la propriété est beaucoup moins forte aujourd'hui que dans le passé. Nous avons entendu des témoins dire que l'effet de la convergence, d'un point de vue purement journalistique, sera positif parce qu'elle permettra l'innovation. Nous avons entendu divers témoins nous dire qu'il n'y a là aucun problème. Pourquoi tenons-nous ces audiences? Ce sera ma dernière question. Le représentant de l'Association canadienne des journaux est venu nous dire, si je peux résumer, que les problèmes sont beaucoup plus des problèmes de personnalités que de structure, et qu'un comité sénatorial n'a pas à se pencher sur des conflits de personnalités. Avait-il raison?

**M. Travers:** Je pense qu'il y a des problèmes structurels et des problèmes de comportement. Je pense qu'il y a clairement un problème de structure.

Il est très facile de montrer qu'il y a des problèmes dans les journaux canadiens. Toute organisation autrefois prospère qui perd continuellement du personnel, des lecteurs et le sens de sa mission est en difficulté. Il est important de se pencher là-dessus. Comme je l'ai dit tout à l'heure, il y a aujourd'hui un ensemble de facteurs qui accélèrent des problèmes que nous connaissons depuis plus de 30 ans.

La propriété croisée a été une erreur. Je n'en vois pas les bienfaits. Il se peut que quelqu'un trouve finalement le moyen de rendre la convergence rentable, comme ses partisans le disent, dans 10, 15 ou 20 ans. Il se peut que quelqu'un trouve le moyen de rendre ça aussi intéressant que ceux qui y ont vu la possibilité de combiner différents médias pour créer un nouveau produit intéressant, susceptible d'attirer une plus grande clientèle. L'avenir nous le dira.

En attendant, on voit les dégâts immédiats, et ils sont considérables. Il y a de nombreuses répercussions en cascade, et je suis sûr que vous en êtes tous conscients.

Soyons clairs, seuls les journaux continuent de recueillir et de diffuser des informations. La plupart des gens obtiennent l'essentiel de leurs informations immédiates par les médias électroniques, mais c'est la presse écrite qui est généralement à l'origine de cette information et qui l'a obtenue et l'a diffusée, et c'est elle aussi qui en a fourni le contexte.

J'ai toujours trouvé extraordinairement frustrant, comme rédacteur en chef, d'entendre des gens me téléphoner le matin pour me dire: «Je ne vois pas pourquoi je prends la peine de lire le *Ottawa Citizen*, je viens tout juste d'entendre votre première page à la radio locale». J'ai toujours été tenté de leur répondre: «Est-ce que vous les entendiez tourner les pages?» Ces organisations n'ont littéralement aucun personnel ni aucun budget journalistique.

newspapers will eventually be a virus that eats at the entire information stream upon which we depend as a functioning democracy. Nobody else is doing that work.

It seems that whenever some part of the organization of the new cross media conglomerates needs to be sacrificed, it is journalists who go first. The money is then used either to pay off debts or reinvested in the electronic side of the business. That is a negative spiral that we need to break.

**Senator Graham:** I want to return to what some people have called newsroom chill in the light of the recent dismissals. Is there such a thing as newsroom chill that would cause journalists to practice self-censorship because of the known views of the editors or owners?

**Mr. Travers:** The short answer is "yes." It is a part of life in every newsroom. It is the form of censorship that worries newsroom managers the most for a variety of reasons.

One reason is that it is uncontrollable. It essentially works on rumours and the belief that people know what they are supposed to report, which may or may not be true. It is far away from what you want them to be doing as photographers and reporters. You want them out there aggressively pursuing everything they can find with all the vigour they can muster.

I will use an example to give you a sense of how bad that self-censorship can be. I wonder who would take the job as the Middle East correspondent for the Aspers having read their editorials. There is not room within that framework for honest, balanced reporting of a very difficult, inflammatory situation. That is chill that you could almost measure.

**The Chairman:** Mr. Travers, thank you very much. We could continue questions, but as I explained, the committee cannot sit while the Senate is sitting. Your presentation has been extremely interesting.

If there is anything that, upon reflection, you want to add, do not hesitate to let us know. You agreed to see what you could do about setting down some detail about the bureaux that Southam news had.

The committee adjourned.

Tout ce qui grignote le coeur d'un journal finira par dévorer le flux complet d'informations dont nous dépendons comme démocratie efficace. Personne d'autre ne fait ce travail.

Il me semble que chaque fois qu'une partie de l'organisation des nouveaux conglomerats intermédiatiques doit être sacrifiée, c'est l'effectif des journalistes qui est touché en premier. L'économie ainsi réalisée sert à rembourser des dettes ou est réinvestie dans la partie électronique de l'entreprise. C'est là une spirale infernale dont nous devons absolument sortir.

**Le sénateur Graham:** Je voudrais revenir à ce que certaines personnes ont appelé la chape de plomb causée par les récentes mises à pied. Y a-t-il vraiment une chape de plomb dans les salles de rédaction qui amènerait les journalistes à pratiquer l'autocensure parce qu'ils connaissent l'opinion de leurs rédacteurs en chef ou propriétaires?

**M. Travers:** La réponse est évidemment «oui». Ça existe dans chaque salle des nouvelles. C'est la forme de censure qui inquiète le plus les directeurs des salles des nouvelles, pour de multiples raisons.

L'une d'entre elles est que c'est incontrôlable. Ça se nourrit essentiellement de rumeurs et de l'opinion que les gens croient savoir ce qu'ils sont censés écrire, ce qui n'est pas nécessairement vrai. C'est loin de ce que l'on veut qu'ils fassent comme photographes ou journalistes. On veut qu'ils cherchent plutôt agressivement tout ce qu'ils peuvent trouver comme information, avec toute la vigueur dont ils sont capables.

Je vais vous donner un exemple pour vous donner une idée des effets pernicieux de cette autocensure. Je ne demande qui accepterait de devenir correspondant au Moyen-Orient pour les Asper après avoir lu leurs éditoriaux. Il n'y a aucune possibilité là-dedans de faire du journalisme honnête et objectif, en couvrant une situation très difficile et explosive. C'est une chape de plomb que chacun peut presque sentir sur ses épaules.

**La présidente:** Je vous remercie beaucoup, monsieur Travers. Nous pourrions continuer cette discussion fort longtemps mais, comme je l'ai expliqué, le comité ne peut pas siéger en même temps que le Sénat. Votre témoignage était extrêmement intéressant.

Si vous voulez ajouter quoi que ce soit plus tard, n'hésitez pas à nous l'envoyer. Vous avez dit que vous essaieriez de nous donner quelques détails sur les bureaux qu'avait Southam autrefois.

La séance est levée.











*If undelivered, return COVER ONLY to:*  
Communication Canada – Publishing  
Ottawa, Ontario K1A 0S9

*En cas de non-livraison,  
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:*  
Communication Canada – Édition  
Ottawa (Ontario) K1A 0S9

#### WITNESSES

**Tuesday, June 17, 2003:**

*From the Canadian Newspaper Association:*

Ms. Anne Kothawala, President and Chief Executive Officer.

*As an individual:*

Mr. Peter Kohl.

**Thursday, June 19, 2003:**

*As individuals:*

Mr. Clark Davey, former newspaper publisher;

Mr. Hamilton Southam, former Director of Southam Inc.;

Mr. Wilson Southam, former director of Southam Inc. and Southam Newspapers;

Mr. James Travers.

#### TÉMOINS

**Le mardi 17 juin 2003:**

*De l'Association canadienne des journaux:*

Mme Anne Kothawala, présidente-directrice générale.

*À titre personnel:*

M. Peter Kohl.

**Le jeudi 19 juin 2003:**

*À titre personnel:*

M. Clark Davey, ancien éditeur de journaux;

M. Hamilton Southam, ancien directeur de Southam Inc.;

M. Wilson Southam, ancien directeur de Southam Inc. et Southam Newspapers;

M. James Travers.

AI  
C19  
-T83

10-10-2003



Second Session  
Thirty-seventh Parliament, 2002-03

Deuxième session de la  
trente-septième législature, 2002-2003

SENATE OF CANADA

SÉNAT DU CANADA

---

*Proceedings of the Standing  
Senate Committee on*

---

*Délibérations du Comité  
sénatorial permanent des*

## Transport and Communications

## Transports et des communications

*Chair:*  
The Honourable JOAN FRASER

*Présidente:*  
L'honorable JOAN FRASER

---

Thursday, September 18, 2003 (in camera)  
Tuesday, September 23, 2003  
Thursday, September 25, 2003

---

Le jeudi 18 septembre 2003 (à huis clos)  
Le mardi 23 septembre 2003  
Le jeudi 25 septembre 2003

---

Issue No. 13

---

Fascicule n°13

**Fifteenth, sixteenth and seventeenth meetings on:**  
The current state of Canadian media industries

**Quinzième, seizième et dix-septième réunions concernant:**  
L'état actuel des industries de médias canadiennes

---

WITNESSES:  
(See back cover)

---

TÉMOINS  
(Voir à l'endos)





THE STANDING SENATE COMMITTEE ON  
TRANSPORT AND COMMUNICATIONS

The Honourable Joan Fraser, *Chair*

The Honourable Leonard J. Gustafson, *Deputy Chair*  
and

The Honourable Senators:

Adams	Graham, P.C.
* Carstairs, P.C.	LaPierre
(or Robichaud, P.C.)	* Lynch-Staunton
Cochrane	(or Kinsella)
Comeau	Merchant
Corbin	Phalen
Day	Spivak

\*Ex Officio Members

(Quorum 4)

*Changes in membership of the committee:*

Pursuant to rule 85(4), membership of the committee was amended as follows:

The name of the Honourable Senator LaPierre substituted for that of the Honourable Senator Corbin (*July 21, 2003*).

The name of the Honourable Senator Johnson substituted for that of the Honourable Senator Oliver (*September 15, 2003*).

The name of the Honourable Senator Corbin substituted for that of the Honourable Senator Merchant (*September 22, 2003*).

The name of the Honourable Senator Merchant substituted for that of the Honourable Senator Corbin (*September 24, 2003*).

The name of the Honourable Senator Corbin substituted for that of the Honourable Senator Ringuette (*September 24, 2003*).

The name of the Honourable Senator Cochrane substituted for that of the Honourable Senator Johnson (*September 24, 2003*).

The name of the Honourable Senator Comeau substituted for that of the Honourable Senator Eyton (*September 24, 2003*).

LE COMITÉ SÉNATORIAL PERMANENT DES  
TRANSPORTS ET DES COMMUNICATIONS

*Présidente:* L'honorable Joan Fraser

*Vice-président:* L'honorable Leonard J. Gustafson  
et

Les honorables sénateurs:

Adams	Graham, c.p.
* Carstairs, c.p.	LaPierre
(ou Robichaud, c.p.)	* Lynch-Staunton
Cochrane	(ou Kinsella)
Comeau	Merchant
Corbin	Phalen
Day	Spivak

\* Membres d'office

(Quorum 4)

*Modifications de la composition du comité:*

Conformément à l'article 85(4) du Règlement, la liste des membres du comité est modifiée, ainsi qu'il suit:

Le nom de l'honorable sénateur LaPierre est substitué à celui de l'honorable sénateur Corbin (*le 21 juillet 2003*).

Le nom de l'honorable sénateur Johnson est substitué à celui de l'honorable sénateur Oliver (*le 15 septembre 2003*).

Le nom de l'honorable sénateur Corbin est substitué à celui de l'honorable sénateur Merchant (*le 22 septembre 2003*).

Le nom de l'honorable sénateur Merchant est substitué à celui de l'honorable sénateur Corbin (*le 24 septembre 2003*).

Le nom de l'honorable sénateur Corbin est substitué à celui de l'honorable sénateur Ringuette (*le 24 septembre 2003*).

Le nom de l'honorable sénateur Cochrane est substitué à celui de l'honorable sénateur Johnson (*le 24 septembre 2003*).

Le nom de l'honorable sénateur Comeau est substitué à celui de l'honorable sénateur Eyton (*le 24 septembre 2003*).

**MINUTES OF PROCEEDINGS**

OTTAWA, Thursday, September 18, 2003  
(28)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day, in camera pursuant to rule 92(2)(e), at 10:48 a.m., in room 356-S, Centre Block, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

*Members of the committee present:* The Honourable Senators Adams, Day, Fraser, Graham, P.C., Gustafson, Merchant, and Johnson (7).

*Other senators present:* The Honourable Senators Corbin and Carney, P.C. (2).

*In attendance:* Terrence Thomas and Allison Padova, Research Officers, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Wednesday, March 19, 2003, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (*For complete text of Order of Reference, see proceedings of the Committee, Issue No. 6, dated March 20, 2003.*)

The committee considered its agenda.

At 12:05 p.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

ATTEST:

OTTAWA, Tuesday, September 23, 2003  
(29)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day, at 9:43 a.m., in room 505, Victoria Building, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

*Members of the committee present:* The Honourable Senators Corbin, Fraser, Graham, P.C., LaPierre, and Johnson (5).

*In attendance:* Terrence Thomas, Allison Padova, and Joseph Jackson, Research Officers, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Wednesday, March 19, 2003, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (*For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 6, dated March 20, 2003.*)

WITNESSES:

*From the Competition Bureau, Industry Canada:*

Gaston Jorré, Acting Commissioner of Competition;

**PROCÈS-VERBAUX**

OTTAWA, le jeudi 18 septembre 2003  
(28)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à huis clos, conformément à l'alinéa 92(2)e du Règlement, à 10 h 48 dans la pièce 356-S de l'édifice du Centre, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

*Membres du comité présents:* Les honorables sénateurs Adams, Day, Fraser, Graham, c.p., Gustafson, Merchant et Johnson (7).

*Autres sénateurs présents:* Les honorables sénateurs Corbin et Carney, c.p. (2).

*Sont présents:* Terrence Thomas et Allison Padova, attachés de recherche, Direction de la recherche de la Bibliothèque du Parlement.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mercredi 19 mars 2003, le comité poursuit l'examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*Le texte intégral de l'ordre de renvoi figure dans le fascicule n° 6 des délibérations du comité du 20 mars 2003.*)

Le comité discute de ses travaux.

À 12 h 05, il est convenu que le comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ:

OTTAWA, le mardi 23 septembre 2003  
(29)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 9 h 43 dans la pièce 505 de l'édifice Victoria, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser, (*présidente*).

*Les membres du comité présents:* Les honorables sénateurs Corbin, Fraser, Graham, c.p., LaPierre et Johnson (5).

*Sont présents:* Terrence Thomas, Allison Padova et Joseph Jackson, attachés de recherche, Direction de la recherche de la Bibliothèque du Parlement.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mercredi 19 mars 2003, le comité poursuit l'examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*Le texte intégral de l'ordre de renvoi figure dans le fascicule n° 6 des délibérations du comité du 20 mars 2003.*)

TÉMOINS:

*Du Bureau de la concurrence, Industrie Canada:*

Gaston Jorré, commissaire intérimaire de la concurrence;



Peter Sagar, Deputy Commissioner of Competition, Competition Policy Branch.

Mr. Jorré made a presentation and, with Mr. Sagar, answered questions.

At 11:16 a.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

ATTEST:

OTTAWA, Thursday, September 25, 2003  
(30)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 10:50 a.m., in room 160-S Centre Block, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

*Members of the committee present:* The Honourable Senators Adams, Cochrane, Comeau, Corbin, Day, Fraser, Graham, P.C., LaPierre, and Phalen (9).

*In attendance:* Terrence Thomas, Joseph Jackson, and Allison Padova, Research Officers, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament.

*Also in attendance:* The official reporters of the Senate.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Wednesday, March 19, 2003, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (*For complete text of Order of Reference, see proceedings of the Committee, Issue No. 6, dated March 20, 2003.*)

WITNESSES:

*From the Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission:*

Charles Dalfen, Chairperson;

Andrée P. Wylie, Vice-Chairperson, Broadcasting;

Marc O'Sullivan, Executive Director, Broadcasting Directorate.

Mr. Dalfen made a presentation and, with Ms. Wylie and Mr. O'Sullivan, answered questions.

At 12:42 p.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

ATTEST:

Peter Sagar, sous-commissaire de la concurrence, Direction générale de la politique.

M. Jorré fait une présentation et, avec M. Sagar, répond aux questions.

À 11 h 16, il est convenu que le comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ:

OTTAWA, le jeudi 25 septembre 2003  
(30)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 10 h 50 dans la pièce 160-S de l'édifice du Centre, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

*Membres du comité présents:* Les honorables sénateurs Adams, Cochrane, Comeau, Corbin, Day, Fraser, Graham, c.p., LaPierre et Phalen (9).

*Sont présents:* Terrence Thomas, Joseph Jackson et Allison Padova, attachés de recherche, Direction de la recherche de la Bibliothèque du Parlement.

*Sont également présents:* Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mercredi 19 mars 2003, le comité poursuit l'examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*Le texte intégral de l'ordre de renvoi figure dans le fascicule n° 6 des délibérations du comité du 20 mars 2003.*)

TÉMOINS:

*Du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes:*

Charles Dalfen, président;

Andrée P. Wylie, vice-présidente, Radiodiffusion.

Marc O'Sullivan, directeur général, Direction générale de la radiodiffusion.

M. Dalfen fait une présentation et, avec Mme Wylie et M. O'Sullivan, répond aux questions.

À 12 h 42, il est convenu que le comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ:

*Le greffier du comité,*

Till Heyde

*Clerk of the Committee*

**EVIDENCE**

OTTAWA, Tuesday, September 23, 2003

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 9:43 a.m. to examine the current state of Canadian media industries; emerging trends and developments in these industries; the media's role, rights, and responsibilities in Canadian society; and current and appropriate future policies relating thereto.

**Senator Joan Fraser** (*Chairman*) in the Chair.

**The Chairman:** I call the meeting to order and welcome honourable senators, witnesses and the public viewers to this first working session of the fall. The Standing Senate Committee on Transport and Communications is examining the state of the Canadian news media.

[*Translation*]

Today, the committee resumes its examination of the appropriate role of public policy in helping to ensure that the Canadian news media remain healthy, independent and diverse, in light of the tremendous changes that have occurred in recent years — notably, globalization, technological change, convergence, and increased concentration of ownership.

[*English*]

Over the next several weeks, we will receive evidence from different groups that are currently active in the sector, including owners, operators, unions and associations. This week, we will hear from government regulators. On Thursday, representatives from Canadian Radio and Telecommunications Canada, CRTC, will be before us.

Today, it is my pleasure to welcome Mr. Gaston Jorré and Mr. Peter Sagar from the Competition Bureau.

Welcome to the committee, gentlemen. We look forward with interest to hearing what you have to say. We will hear your opening statement, after which we will have questions for you.

Mr. Jorré, please proceed.

[*Translation*]

**Mr. Gaston Jorré, Acting Commissioner of Competition, Competition Bureau, Industry Canada:** I welcome this opportunity to participate in your public consultation process as you undertake a study of the current state of the Canadian media industry.

I will first provide some background on the Competition Bureau, our role and responsibilities. I will then address the specific issues on which the committee has indicated an interest in hearing my views.

**TÉMOIGNAGES**

OTTAWA, le mardi 23 septembre 2003

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 9 h 43 pour examiner l'état actuel des industries de médias canadiennes; les tendances et les développements émergents au sein de ces industries; le rôle, les droits et les obligations des médias dans la société canadienne; enfin, les politiques actuelles et futures appropriées par rapport à ces industries.

**Le sénateur Joan Fraser** (*présidente*) occupe le fauteuil.

**La présidente:** Je déclare la séance ouverte et je souhaite la bienvenue aux honorables sénateurs, aux témoins et aux téléspectateurs à l'occasion de la première réunion de l'automne. Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications examine l'état actuel des médias canadiens.

[*Français*]

Aujourd'hui, le comité reprend son étude du rôle que l'État devrait jouer pour aider nos médias d'actualités à demeurer vigoureux, indépendants et diversifiés dans le contexte des bouleversements qui ont touché ce domaine au cours des dernières années, notamment la mondialisation, les changements technologiques, la convergence et la concentration de la propriété.

[*Traduction*]

Au cours des prochaines semaines, nous entendrons les témoignages de divers groupes qui sont actifs dans ce secteur d'activités, notamment des propriétaires, des syndicats et des associations. Cette semaine, ce sont les organismes publics de réglementation qui comparaissent devant nous. Jeudi, nous entendrons les représentants du CRTC, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes.

Aujourd'hui, c'est avec plaisir que j'accueille MM. Gaston Jorré et Peter Sagar, du Bureau de la concurrence.

Messieurs, je vous souhaite la bienvenue. Nous attendons avec impatience votre témoignage. Vous prononcerez d'abord votre déclaration préliminaire, puis nous vous poserons des questions.

Je vous cède la parole, monsieur Jorré.

[*Français*]

**M. Gaston Jorré, commissaire intérimaire de la concurrence, Bureau de la concurrence, Industrie Canada:** Je me réjouis de l'occasion que vous m'offrez de participer à votre processus de consultation publique dans le cadre d'une étude sur la situation actuelle de l'industrie des médias au Canada.

Je vous parlerai d'abord du rôle du Bureau de la concurrence et de nos responsabilités. Je traiterai ensuite des questions sur lesquelles le comité souhaite entendre notre point de vue.



[English]

As you know, we have specific statutory responsibility for promoting and enhancing competition. The bureau has considerable expertise in assessing issues relating to competition. We are responsible for enforcing a modern and effective Competition Act.

In addition to being enforcers, we also have a role as the advocates of competition. We strive to ensure that Canadians enjoy a competitive marketplace with competitive prices, quality and service.

[Translation]

I would first of all like to discuss the application of the Competition Act so that you can understand our role.

As a law of general application that covers all businesses, the Competition Act has no specific provisions regarding broadcasting, telecommunications, newspapers or other media. When we apply it to specific cases, we do so using an analytical framework common to all of the industries.

However, in applying the law, we very carefully take into account the structure of the industry, the environment in which it works, and the market for its products.

[English]

In this respect, it is worth my taking a moment to talk about the character of media markets. We tend to think of markets in traditional terms — the historical example, if you like. We think of farmers' markets where many vendors at their stalls sell a variety of produce, of differing quality and price, to many purchasers choosing from among the produce that is of the quality and price they want. Media markets are somewhat different because the apparent product is not, in most cases, the dominant commercial product. We also typically think of television programs, radio programs or newspapers as the product. However, the dominant character of these industries is usually that the product is the television viewer or the radio listener or the reader that are provided to the advertisers — if you like, in short, they are advertising markets. They are the dominant market and so we find ourselves looking at them most closely when we apply the Competition Act in these industries.

Let me tell honourable senators what we have found historically when we have had occasion to examine transactions in these industries. I should like to emphasize that these findings are not binding in the future, but they are facts that we have

[Traduction]

Comme vous le savez, nous assumons des responsabilités réglementaires précises en vue de promouvoir et d'améliorer la concurrence. Le personnel du Bureau possède une vaste expérience dans l'évaluation des questions liées à la concurrence. Nous devons appliquer une Loi sur la concurrence qui soit moderne et efficace.

Non seulement nous faisons appliquer la loi, mais nous agissons également à titre de défenseurs de la concurrence. Nous veillons à ce que le Canada soit doté d'un marché concurrentiel et à ce que tous les Canadiennes et toutes les Canadiennes profitent des avantages qu'offrent des prix concurrentiels, un choix de produits et des services de qualité.

[Français]

J'aimerais en premier lieu vous parler de la mise en application de la Loi sur la concurrence afin que vous puissiez comprendre notre rôle.

Notre loi est une loi d'application générale qui touche toutes les industries. Il n'y a aucune disposition particulière vis-à-vis les médias, que ce soit la radiodiffusion, les journaux ou autres médias. Lorsque nous appliquons notre loi à un cas précis, nous le faisons à partir d'un cadre d'analyse commun à toutes les industries.

Toutefois, quand nous l'appliquons, nous devons étudier attentivement les faits de l'industrie concernée, la structure et le milieu dans lesquels elle oeuvre et les marchés auxquels sont destinés les produits.

[Traduction]

À cet égard, il conviendrait que je prenne quelques instants pour parler de la nature des marchés des médias. Nous avons tendance à définir les marchés d'une manière classique, ou historique, si vous préférez. Nous pensons aux marchés des agriculteurs, où de nombreux vendeurs offrent sur leurs étals une variété de produits d'une qualité et d'un prix différents à de nombreux acheteurs, qui choisissent le produit dont la qualité et le prix leur conviennent. Les marchés des médias sont légèrement différents parce que le produit apparent n'est pas, dans la plupart des cas, le produit commercial dominant. Généralement, nous pensons aussi que les programmes télévisés, les émissions radiophoniques et les journaux constituent le produit. Cependant, ce sont les personnes qui écoutent la radio, qui regardent la télévision ou qui lisent les journaux qui constituent le produit visé par les annonceurs. Pour résumer le tout, ils sont les marchés de la publicité. Ces personnes représentent le marché dominant, qui retient par conséquent notre attention la plus minutieuse lorsque nous appliquons la Loi sur la concurrence par rapport dans ce secteur d'activités.

Honorables sénateurs, vous me permettrez de préciser les tendances historiques que nous avons décelées en examinant les transactions dans ce secteur d'activités. J'aimerais faire ressortir que ces conclusions n'équivalent pas à des décisions exécutoires. Il

found in each case. In a future transaction, if you find that the market is different, it is that market that you must use as the basis for analysis.

Historically, we have found that certain kinds of media may be local or national in their geographic nature. Much of the time, newspapers are local in the advertising market, although we also have two major national newspapers with some national advertising. TV advertising at the network level tends to be national. We have also found, historically, that because of their different characteristics, newspapers, radio and television generally serve different advertising markets. I would emphasize that each transaction must be verified each time. One cannot simply assume that what was true in the past would be true today.

When we have a merger and acquisition in the media industry, once we have defined the relevant markets, we have to consider the likely economic impact of the transaction and whether there is an increase in concentration. The key test under our act is whether the transaction will substantially lessen or prevent competition. Only if that is the case could we challenge the transaction in front of the Competition Tribunal. I would note that the status quo is a given. We only look at the change resulting from the transaction.

Our act does not deal with a market in a merger transaction if it is already a monopoly market. This has a number of implications. For example, if a merger were to involve merging the ownership of newspapers in different cities and if you were to find that the advertising markets of these papers were local in nature, then that would not likely raise issues under our act. Similarly, if you were to have a media transaction with newspapers in the same city and if we were to find that the advertising markets served our distinct markets, it would not likely raise issues under our act.

The interest of honourable senators on this committee is in the diversity of voices; however, our act is not concerned with that issue, although in some ways, we may have an effect indirectly on that issue. Nevertheless, that is a by-product, if you like. Sometimes, in seeking to either have a transaction modified to avoid competitive issues under our act or in seeking to stop it, we may, as a by-product, maintain a greater number of owners than might otherwise be in place. As a by-product, that may impact on diversity.

For example, had the Astral-Télémedia transaction gone through as originally planned, the result would have been three radio networks under a single ownership. We had difficulties with that and eventually negotiated a deal whereby one of the networks would remain under different ownership. As a by-product, that produces two owners where you would have had one otherwise. That may have an impact on the diversity of voices ultimately. As I say, that is not something our act is designed to deal with.

s'agit plutôt de faits que nous avons isolés pour chaque cas. Si une transaction ultérieure était effectuée dans un marché différent, c'est ce dernier marché qu'il faut viser dans l'analyse.

Historiquement, nous avons toujours constaté que certains médias peuvent être locaux ou nationaux sur le plan géographique. La plupart du temps, les journaux visent un marché local pour leur publicité, même si deux journaux nationaux importants font également de la publicité à l'échelle nationale. La publicité des réseaux de télévision a tendance à être nationale. Historiquement, nous avons également décelé que, en raison de leurs caractéristiques distinctes, les journaux, la radio et la télévision couvrent souvent des marchés différents dans le domaine de la publicité. J'insisterais sur le fait qu'il faut toujours vérifier chaque transaction. Nous ne pouvons pas présumer que le passé est toujours garant de l'avenir.

Lorsqu'il y a acquisition ou fusion de médias, nous définissons d'abord les marchés, pour ensuite nous pencher sur l'effet probable de cette transaction et sur l'accroissement possible de la concentration en découlant. Selon notre loi, le critère clé consiste à déterminer si la transaction empêchera ou diminuera sensiblement la concurrence. C'est uniquement le cas échéant que nous pouvons contester la transaction devant le Tribunal de la concurrence. Je signalerais que le statu quo va de soi. Nous examinons uniquement le changement résultant de la transaction.

Notre loi ne s'applique pas s'il s'agit d'un marché déjà monopolistique. Il y a plusieurs autres aspects à considérer. Par exemple, si une acquisition entraîne la fusion de journaux dans différentes villes et si la publicité est destinée au marché local, ces questions ne relèveraient vraisemblablement pas de notre loi. De façon similaire, la même chose vaudrait s'il s'agissait d'une fusion de journaux dans une même ville et si l'on déterminait que les marchés de la publicité sont distincts.

Les membres du comité s'intéressent à la diversité des voix. Cependant, cette question n'est pas assujettie à notre loi même si, dans certains cas, nous pouvons exercer un effet indirect sur celle-ci. Cependant, il s'agit d'un produit accessoire, si l'on veut. Parfois, pour essayer de modifier une transaction afin que des questions de concurrence ne soient pas soulevées ou de mettre un terme à cette transaction, nous pouvons accessoirement maintenir un nombre de propriétaires supérieur à ce qui serait nécessaire. Accessoirement, cela peut exercer un effet sur la diversité.

Par exemple, si la transaction Astral-Télémedia s'était conclue conformément aux plans initiaux, nous nous serions retrouvés avec trois réseaux de radio appartenant à un seul propriétaire. Nous avons des réserves et nous avons fini par négocier une entente dans laquelle un des réseaux relèverait d'un propriétaire différent. Nous avons donc avec deux propriétaires au lieu d'un, ce qui peut entraîner un effet sur la diversité des voix en fin de compte. Je le répète, c'est une question que notre loi ne vise pas.



*[Translation]*

I am here to discuss the application of the law. However, we also act as the advocates of competition in Canada. In this regard, we want consumers to have as many choices as possible.

We live in a democracy and democracy needs a diversity of voices if it is to function well. Diversity of voices can be achieved through diversity of media outlets, diversity of ownership, including ownership forms.

*[English]*

If I may just stop for a moment and take up one of the last points, that is, diverse forms of ownership as well as diverse owners. Economically, different ownership structures may have different incentives. I just point out that that can result in different products.

If you have a non-profit organization that owns a media outlet, their goals are likely to be different from a profit-making one. Thus, they add variety. University radio stations, for example, are quite different from commercial radio stations or from the CBC. It is worth considering that, as well as different owners. Different commercial owners may have different goals. Certainly, historically we have seen that some have quite different goals from others.

I understand that witnesses in these hearings have expressed a wide range of views on the current state of diversity provided by media industries, some extolling the impact of new technology such as the Internet, others expressing concern about the number of Canadians who are taking advantage of these opportunities. We are in favour of greater choice and of varied ownership of media outlets, which could thereby increase consumer choice, especially if different owners have different objectives. One hopes that if one has different owners, different forms of ownership, one will have a variety of product choice, which may indirectly benefit diversity of voices.

Many of the proposals suggested by other witnesses in these hearings may provide ways to promote diversity, including liberalizing foreign ownership restrictions. In my role as advocate of competition, I would encourage the committee to consider these options.

I should like to turn briefly to the Competition Bureau interface with the CRTC. Both the Competition Act and the Broadcasting Act apply to radio and television industries. In 1999, the bureau and the CRTC signed a memorandum of understanding, which describes the role of the CRTC under the Broadcasting Act and that of the bureau regarding telecommunications and broadcasting. The document deals with a range of competitive issues, including access merger review, competitive safeguards and various marketing practices. It only deals with matters related to competition.

*[Français]*

Je viens vous parler de l'application de la loi. Nous sommes également les défenseurs de la concurrence. À ce titre, nous voulons que les consommateurs aient le plus de choix possibles.

Nous vivons dans une démocratie et une diversité de points de vue est souhaitable pour qu'une démocratie fonctionne le mieux possible. Pour favoriser une telle diversité, il est souhaitable d'avoir une variété d'organes d'information, de propriétaires, y compris une diversité de formes de propriétés.

*[Traduction]*

Si je peux prendre quelques instants pour revenir sur l'un des derniers points, c'est-à-dire les diverses formes de propriété et les propriétaires distincts. Sur le plan économique, des formes de propriété différentes peuvent promouvoir des objectifs distincts. Je signale simplement que le tout peut déboucher sur des produits différents.

L'organisation sans but lucratif possédant une entreprise médiatique aura vraisemblablement des objectifs différents de ceux d'un organisme à but lucratif. Elle offre une variété accrue. Par exemple, les stations de radio universitaire sont assez différentes des stations de radio commerciale ou de la SRC. Il vaut la peine de tenir compte de ces aspects et de la question des propriétaires différents. Des propriétaires de stations à but lucratif peuvent avoir des objectifs distincts. L'histoire nous montre certes que certains ont des objectifs assez différents.

Il semble que les témoins entendus lors des audiences ont exprimé une vaste gamme d'opinions sur la diversité offerte actuellement dans les médias. Certains ont chanté les louanges des nouvelles technologies comme Internet, et d'autres se sont montrés préoccupés par le nombre de Canadiens qui en tirent profit. Nous croyons fermement qu'il faut bénéficier d'un meilleur choix et qu'un plus grand nombre de propriétaires peut permettre d'offrir un choix plus varié aux consommateurs, surtout si les différents propriétaires ont des objectifs distincts. Nous espérons que des propriétaires et des formes de propriété différents donneront un choix de produits varié, qui pourra indirectement favoriser la diversité des voix.

Bon nombre des idées proposées par d'autres témoins peuvent promouvoir la diversité, comme la suggestion d'assouplir les restrictions appliquées à la propriété étrangère. En tant que défenseur de la concurrence, j'encourage le comité à examiner ces possibilités.

J'aimerais toucher un mot sur la collaboration entre le Bureau de la concurrence et le CRTC. La Loi sur la concurrence et la Loi sur la radiodiffusion régissent l'industrie de la radio et de la télévision. En 1999, le Bureau de la concurrence et le CRTC ont signé un protocole d'entente qui décrit les pouvoirs détenus par le CRTC en vertu de la Loi sur la radiodiffusion de même que les pouvoirs du Bureau en ce qui a trait aux secteurs des télécommunications et de la radiodiffusion. Le document porte sur divers enjeux relatifs à la concurrence, dont l'accès, l'examen des fusions, les moyens pour préserver la concurrence et différentes pratiques commerciales. Le document traite exclusivement d'enjeux relatifs à la concurrence.

The Standing Committee on Canadian Heritage in the other place has recommended clarifying the roles of the bureau and the CRTC. We would welcome such a review.

[Translation]

We believe that ensuring a diversity of voices is important for democracy, and as an advocate of competition I believe that product choice is an important component to ensure such diversity exists.

However, this issue, I believe, is more cultural than economic and for that reason is a natural adjunct to the CRTC's mandate to maintain and enhance Canadian culture.

An effective policy framework requires both the Competition Bureau and the CRTC to play important but quite different and distinct roles. The dual challenge is to enable the forces of competition to work in the marketplace and not be thwarted unnecessarily by regulations, while ensuring that regulatory interventions achieve their key objectives.

[English]

Honourable senators, I hope these brief comments will be helpful to you. I would be delighted to answer questions, as would my colleague, Mr. Sagar.

**Senator Graham:** I want to clarify one point. As I understand it, the Competition Bureau reports to Parliament through the Department of Industry, and the CRTC through the Department of Canadian Heritage; is that correct?

**Mr. Jorré:** Yes, that is correct.

**Senator Graham:** I wish to refer to a quote that one of you made — at least, someone from the Competition Bureau made — before the House of Commons Standing Committee on Canadian Heritage in May 2002. I was rather surprised when we were provided with this particular quote. I will read it: “We feel that the mandate of the CRTC should be clarified to specify that the CRTC has a responsibility to preserve a diversity of voices within the broadcasting system.”

Fine.

It goes on to say: “At the same time, the CRTC review of broadcasting transactions should focus solely on the impact that mergers would have on core cultural values and the diversity of voices...” and so on.

Then, this is what startles me.

“The CRTC should not review broadcasting transactions from the perspective of commercial viability.” This is to quote someone representing the Competition Bureau. “The CRTC’s review should be focused solely on the impact the proposed merger would have on the attainment of the core cultural objective — namely, the production and distribution of Canadian content. According to us, its logical corollary is the maintenance of diversity of voices.”

Le Comité permanent du patrimoine canadien de la Chambre des communes a recommandé de clarifier les rôles du Bureau et du CRTC, ce que nous souhaiterions.

[Français]

Nous croyons qu’il est important pour la démocratie d’assurer la diversité des voix et en tant que défenseurs de la concurrence, de pouvoir choisir une variété de produits pour promouvoir une telle diversité.

Je crois toutefois que cet enjeu est plus culturel qu’économique et c’est pour cette raison qu’il constitue un complément logique au mandat du CRTC dans le but de préserver et d’enrichir la culture canadienne.

Pour obtenir un cadre stratégique efficace, le Bureau de la concurrence et le CRTC doivent tous deux jouer des rôles de premier plan, mais qui sont tout à fait différents. Le défi consiste à permettre aux forces de la concurrence de s’exercer sur le marché en leur évitant d’être contrariées inutilement par des règlements tout en s’assurant que les activités de réglementation atteignent leurs principaux objectifs.

[Traduction]

Honorables sénateurs, j’espère que mes brèves observations vous seront utiles. Moi et M. Sagar, mon collègue, serions heureux de répondre à vos questions.

**Le sénateur Graham:** Je voudrais préciser un point. Je crois comprendre que le Bureau de la concurrence et le CRTC relèvent du Parlement par l’intermédiaire du ministère de l’Industrie et de celui du Patrimoine canadien respectivement. Est-ce exact?

**M. Jorré:** Effectivement.

**Le sénateur Graham:** Je souhaite citer un extrait du témoignage que vous ou une autre personne du Bureau de la concurrence avez fait devant le Comité permanent du patrimoine canadien de la Chambre des communes en mai 2002. Vos propos m’ont plutôt surpris. Voici ce que vous aviez alors dit: «Nous croyons qu’il faudrait clarifier le mandat du CRTC pour préciser qu’il a la responsabilité de préserver la diversité des voix au sein des services canadiens de radiodiffusion».

C’est très bien.

Je poursuis la citation: «D’autre part, le CRTC devrait se pencher uniquement sur l’impact qu’auront les fusions sur les valeurs culturelles et la diversité des voix lors de la révision des transactions en matière de radiodiffusion [...]».

Voici ce qui m’a étonné.

«Le CRTC ne devrait pas examiner des transactions dans le domaine de la radiodiffusion en fonction de la rentabilité commerciale». Cette personne représentait le Bureau de la concurrence. L’examen du CRTC devrait se concentrer uniquement sur l’impact que le fusionnement proposé aurait sur l’atteinte des principaux objectifs culturels: la production et la distribution du contenu canadien et, selon nous, son corollaire logique, le maintien de la diversité des voix.



It surprises me that you obviously feel that the CRTC should not be concerned with economic viability. I can see the CRTC reviewing an application and saying, "Well, what will you do to promote culture in a particular area?" However, surely to heavens, they must understand that the particular applicant must be commercially viable. It seems that you are preserving that prerogative to the Competition Bureau. Yet, the Competition Bureau is not involved in the actual licensing of a broadcasting entity. How do you square that?

**Mr. Jorré:** The point that was being made is that if somebody wishes to spend money to start up a broadcast station, he or she should be allowed to do so. You are quite correct, honourable senator, we are not involved in licensing, as such. However, we believe that if an individual, say, wants to set up something, the CRTC should focus on the impact of that on Canadian culture and on diversity, not whether the party will make a success of it. That should be left to the parties who want to enter into the project. That is the point underlying that.

**Senator Graham:** The CRTC, in assessing an application, should not be concerned about whether the market is already flooded with 5 or 10 broadcasting outlets. They should be given a licence, providing they will enhance the culture of the area. They may put someone else out of business or they may go out of business because they do not have deep enough pockets. Is that correct?

**Mr. Jorré:** We believe the market should decide which enterprise will survive and which enterprises or enterprises will not survive. There are some overriding objectives in this sector that the government has put into the Broadcasting Act and asked the CRTC to administer.

In normal businesses, we do not control whether an individual makes a go of it. We believe it should be the same in the broadcast sector, with the CRTC ensuring that the cultural objectives of the Broadcast Act are met.

**Senator Graham:** If there are 10 existing outlets you, and they object to an eleventh company applying to the CRTC for a licence in that particular area, you do not think that their objections should be taken into consideration. It is only the cultural aspect at which the CRTC will be looking?

**Mr. Jorré:** Yes, we believe in that respect that it should be like any other market. If someone decides to open a restaurant, we do not review in a market economy whether other restaurants already in the marketplace will be harmed.

**Senator Graham:** You do not come into play until after the broadcast licence is issued?

**Mr. Jorré:** We are not concerned with licensing, with someone starting a station. We are concerned, under our act, about whether there is a merger or acquisition, for example.

Cela me surprend que vous préconisiez que le CRTC ne s'occupe pas de la rentabilité commerciale. Je vois très bien le CRTC examiner une demande et dire: «Eh bien, que ferez-vous pour promouvoir la culture dans un domaine particulier?» Cependant, il devrait bien comprendre que la proposition du requérant doit être rentable. Il semble que cette prérogative appartienne au Bureau de la concurrence, qui pourtant n'est pas responsable de la délivrance des licences de radiodiffusion. Comment justifiez-vous cela?

**M. Jorré:** Nous faisons valoir que, si quelqu'un souhaitait investir pour démarrer une station de radiodiffusion, il devrait être autorisé à le faire. Vous avez tout à fait raison, honorable sénateur, puisque nous ne participons pas au processus de délivrance des licences comme tel. Nous croyons cependant que, si une personne veut notamment démarrer une entreprise, le CRTC devrait examiner essentiellement les répercussions sur la culture canadienne et sur la diversité, sans se pencher les chances de succès d'une telle entreprise. Ce dernier aspect devrait incomber aux investisseurs. C'est ce que nous voulions faire ressortir.

**Le sénateur Graham:** Lorsqu'il évalue une demande, le CRTC ne devrait pas se demander si les cinq ou dix entreprises de radiodiffusion n'ont pas déjà inondé le marché. Il faudrait délivrer la licence lorsque l'entreprise exercera une influence positive sur la culture de la région en cause. L'entreprise pourra forcer un concurrent à fermer ses portes ou elle pourra cesser ses activités parce qu'elle ne possède pas suffisamment de ressources financières. Est-ce exact?

**M. Jorré:** Nous croyons que le marché devrait décider des entreprises qui survivront. Dans ce secteur d'activités, il existe des objectifs primordiaux que le gouvernement a établis et qu'il a demandé au CRTC de faire respecter.

Lorsqu'il s'agit d'entreprises dans d'autres domaines, nous ne vérifions pas leur rentabilité. Nous croyons qu'il faudrait agir de même pour le secteur de la radiodiffusion, le CRTC s'assurant que les objectifs culturels de la Loi sur la radiodiffusion sont atteints.

**Le sénateur Graham:** S'il existe dix entreprises, qui s'opposent à l'arrivée d'un autre concurrent, qui présente une demande au CRTC en vue d'obtenir une licence, vous ne pensez pas qu'il faudrait tenir compte de ces objections. Le CRTC se penchera-t-il uniquement sur l'aspect culturel?

**M. Jorré:** Oui, nous croyons qu'il faudrait agir comme pour les autres marchés. Si quelqu'un décide d'ouvrir un restaurant, nous n'examinons pas si les concurrents sont désavantagés.

**Le sénateur Graham:** N'intervenez-vous pas qu'après l'octroi de la licence de radiodiffusion?

**M. Jorré:** L'octroi de la licence ne relève pas de notre mandat, lorsque quelqu'un veut ouvrir une station. En vertu de notre loi, nous examinons s'il y en a notamment une fusion ou une acquisition.

**Senator Graham:** Do you think you should be involved in licensing?

**Mr. Jorré:** No, we believe that people who wish to have licences subject to the cultural concerns in the Broadcast Act should be able to make a go of it subject to the spectrum being available.

I should like to clarify something you said at the beginning of your question. Our responsible minister is the Industry Minister, but we do not report through that department. We are an independent agency in our enforcement action.

**Senator Graham:** Thank you.

If you were to report to Parliament, it would be the Minister of Industry who would be the responsible minister?

**Mr. Jorré:** In Parliament, yes.

**Senator LaPierre:** It will be no surprise that I am not pleased with you any more than I am pleased with the CRTC. I find my country overburdened by ownership that limits the marketplace of ideas considerably.

It is scandalous that people will own newspapers, radio stations, television stations and other things and you still talk about a free marketplace of ideas. There is a free marketplace of ownership in this country, but there is no free marketplace of ideas.

Of course, you are not responsible for the free marketplace of ideas, are you?

**Mr. Jorré:** That is correct.

**Senator LaPierre:** Should you not be? If you are expounding the need for diversity in voices and for a marketplace that is sound and effective and in which Canadians are served, is it not your fiduciary responsibility to see to it that if one lives in Ottawa, or anywhere else with a CanWest Global Communications Corp. newspaper, that there be, even on the television station, decent coverage of the question of Palestine?

**The Chairman:** They are not responsible for the content.

**Senator LaPierre:** They are responsible for the marketplace of ideas. If you do not want the question, madam, I do not need to be here.

**The Chairman:** Could you answer the question?

**Senator LaPierre:** I withdraw the question.

**The Chairman:** There is a good question about the marketplace of ideas there.

**Senator LaPierre:** I withdraw it.

**Mr. Jorré:** This entire issue of the diversity of voices is a very complicated and difficult issue. The Competition Act and our method of working are an economic statute. They are not suitable instruments for dealing with these questions.

They are very important questions in this democracy, but they are not questions that you can deal with through our act. Our act is focused on questions such as this: What is the impact on prices

**Le sénateur Graham:** Croyez-vous que vous devriez participer au processus de délivrance des licences?

**M. Jorré:** Non, nous sommes d'avis que les gens devraient pouvoir présenter une demande de licence en fonction des objectifs culturels figurant dans la Loi sur la radiodiffusion et compte tenu des choix offerts.

J'aimerais préciser un point dans vos propos au début de votre question. Nous relevons du ministre de l'Industrie, mais nous ne présentons pas notre rapport par son intermédiaire. Nous sommes un organisme indépendant dans nos mesures d'exécution.

**Le sénateur Graham:** Je vous remercie.

Si vous deviez présenter un rapport au Parlement, vous le feriez par l'intermédiaire du ministre de l'Industrie, n'est-ce pas?

**M. Jorré:** Au Parlement, ce serait le cas.

**Le sénateur LaPierre:** Je ne surprendrai personne en signalant que je suis déçu autant de votre organisme que du CRTC. Je pense que notre pays est aux prises avec des formes de propriété qui restreignent considérablement le marché des idées.

Il est scandaleux que des journaux, des stations de radio, des stations de télévision et d'autres entreprises appartiennent à un même groupe, alors que vous parlez encore d'un libre marché des idées. Il existe un libre marché de la propriété dans notre pays, mais aucun libre marché des idées.

Naturellement, vous n'êtes pas responsable du libre marché des idées, n'est-ce pas?

**M. Jorré:** C'est exact.

**Le sénateur LaPierre:** Ne devriez-vous pas en être responsables? Si vous faites valoir la nécessité de la diversité des voix et d'un marché qui soit sain, efficace et au service des Canadiens, n'avez-vous pas la responsabilité fiduciaire de veiller à ce que quelqu'un d'Ottawa ou d'une autre ville où est distribué un journal de CanWest Global Communications ait accès à de l'information pertinente sur la question de la Palestine, ne serait-ce qu'à la télévision?

**La présidente:** Ils ne sont pas responsables du contenu.

**Le sénateur LaPierre:** Ils sont responsables du marché des idées. Si vous n'autorisez pas ma question, madame la présidente, ma présence ici n'est plus nécessaire.

**La présidente:** Pourriez-vous répondre à la question?

**Le sénateur LaPierre:** Je retire ma question.

**La présidente:** Il s'agit d'une bonne question sur le marché des idées.

**Le sénateur LaPierre:** Je la retire.

**M. Jorré:** Toute cette question de la diversité des voix est très compliquée et très difficile. La Loi sur la concurrence et notre mode de travail visent les aspects économiques. Ils ne s'attardent pas à ces questions que vous soulevez.

Dans notre démocratie, il s'agit de questions très importantes, qui ne relèvent cependant pas de notre loi. Celle-ci porte plutôt sur les suivantes: Quelles sont les répercussions de certains



of certain economic behaviour? What should be the product choice to some extent? However, there is a huge difference between product choices, to the extent that you can analyze it, and diversity of voices. You can only look at major differences in product choice, if I can say it that way. Our act and our entire method are simply not suitable for trying to deal with such issues.

[Translation]

**Senator Corbin:** Mr. Jorré, can you tell us why you are Acting Commissioner?

**Mr. Jorré:** As you may know, the previous commissioner, Konrad von Finckenstein, was appointed to the Federal Court Trial Division August 14. I will be the Acting Commissioner pursuant to and order in council, until such time as the government appoints a new commissioner.

**Senator Corbin:** And are your statements today in the same vein as those the former commissioner would have made had he remained in office?

**Mr. Jorré:** I don't believe there are any contradictions between what I have said and what Mr. von Finckenstein has said in the past.

**Senator Corbin:** Give me some information about your office. How many people work there?

**Mr. Jorré:** You mean the people who participate in our activities?

**Senator Corbin:** Yes.

**Mr. Jorré:** I would say that there are between 380 and 400 people who participate in our activities, but I am not sure.

**Senator Corbin:** The numbers fluctuate like the stock market.

**Mr. Jorré:** They fluctuate. I will have to ask someone for the exact figure.

**Senator Corbin:** What is your annual budget?

**Mr. Jorré:** Last year, I believe we spent 43 or 44 million dollars.

**Senator Corbin:** If you set aside salaries, benefits, et cetera, what part of your budget is allocated to investigations?

**Mr. Jorré:** In all areas, the majority of our budget is allocated to applying the law. I would have to do a study to give you precise figures. But I insist on the fact that this applies in all areas.

**Senator Corbin:** How long has the act you apply been in effect?

**Mr. Jorré:** The act has been in effect for approximately 100 years. Its current form and main provisions go back to the mid-90s. For instance, there were no merger reviews before the mid-80s. This was strictly a criminal matter before that date. The

comportements économiques sur les prix? Quel devrait être le choix de produits dans une certaine mesure? Cependant, il existe une énorme différence entre d'une part le choix de produits dans la mesure où vous pouvez l'analyser, et d'autre part la diversité des voix. Si je peux m'exprimer ainsi, vous ne pouvez qu'examiner les principales différences dans le choix de produits. Notre loi et notre mode de travail ne nous permettent tout simplement pas de nous pencher sur ces questions.

[Français]

**Le sénateur Corbin:** M. Jorré, pouvez-vous nous dire pourquoi vous êtes commissaire intérimaire?

**M. Jorré:** Comme vous le savez peut-être, le commissaire précédent, Konrad von Finckenstein, a été nommé à la Cour fédérale de première instance le 14 août. Je serai le commissaire par intérim en vertu d'un ordre en conseil, jusqu'au moment où le gouvernement nommera un nouveau commissaire.

**Le sénateur Corbin:** Est-ce que vous tenez ce matin les mêmes propos qu'aurait pu tenir l'ex-commissaire s'il était demeuré en fonction?

**M. Jorré:** Je ne crois pas qu'il y ait de contradictions entre ce que je dis et ce qu'il a dit dans le passé.

**Le sénateur Corbin:** Donnez-moi donc une idée de l'état des lieux. Combien de personnes travaillent chez vous?

**M. Jorré:** Vous parlez des personnes qui participent à nos activités?

**Le sénateur Corbin:** Oui.

**M. Jorré:** Je dirais qu'il y a entre 380 ou 400 personnes qui participent à nos activités, mais je ne suis pas certain.

**Le sénateur Corbin:** Cela fluctue comme la bourse.

**M. Jorré:** Cela fluctue. Il faudrait que je demande à quelqu'un le chiffre exact.

**Le sénateur Corbin:** Quel est votre budget annuel?

**M. Jorré:** L'an dernier, je crois que nous avons dépensé 43 ou 44 millions de dollars.

**Le sénateur Corbin:** Si on fait exception des salaires, des avantages sociaux et autres, quelle partie des fonds de votre budget consacrez-vous aux enquêtes?

**M. Jorré:** Dans tous les domaines, la majorité de notre budget est vouée à l'application de la loi. Il faudrait que je fasse une étude pour vous donner des chiffres précis. J'insiste pour dire que cela s'applique dans tous les domaines.

**Le sénateur Corbin:** Depuis quand la loi que vous appliquez maintenant est-elle en vigueur?

**M. Jorré:** La loi est en vigueur depuis 100 ans environ. Dans sa forme actuelle et avec les dispositions principales d'aujourd'hui, elle date du milieu des années 1980. Par exemple, il n'y avait pas d'examen des fusions avant le milieu des années 1980. Cette

act has been in existence for 100 years, but its new provisions were brought in 15 or 20 years ago.

**Senator Corbin:** What led to the inclusion of mergers in your mandate?

**Mr. Jorré:** At one time, the law that applied was strictly criminal. We could not, with a criminal provision, adequately examine and defend competition in Canada.

**Senator Corbin:** Do you think that it would be advisable to review the current act you enforce?

**Mr. Jorré:** We have prepared a discussion paper proposing a certain number of amendments. The Public Policy Forum is currently holding a consultation concerning that discussion paper. There have been ten amendments brought in in the regular way over the past few years and there will certainly be others in the years to come.

**Senator Corbin:** Do those amendments concern public interest or the internal workings of your shop?

**Mr. Jorré:** They concern matters of public interest. Several topics are being discussed. For instance, the possibility of making major changes to the provision against cartels.

**Senator Corbin:** From your presentation, I got the impression that you are only concerned with financial considerations.

**Mr. Jorré:** The Competition Act is a piece of financial legislation.

**Senator Corbin:** So the interests of the Canadian consumer does not concern you?

**Mr. Jorré:** It is in the interest of the consumer that we have a competitive economy. Prices will be higher and choices more limited if we do not.

**Senator Corbin:** Do ordinary consumers come to you to submit their concerns or are your clients strictly made up of owners, broadcasters, et cetera?

**Mr. Jorré:** We do not have clients as such. There are different aspects to your question. We have all sorts of various provisions for instance against false advertising or fraudulent telemarketing. These complaints, of course, originate with people who have suffered from false advertising, et cetera.

**Senator Corbin:** So, the ordinary consumer?

**Mr. Jorré:** Yes. We receive approximately 80,000 complaints per year in all areas. In the case of the merger of two businesses, there is a system that obliges them to notify us of transactions above a certain threshold. We must examine such mergers pursuant to the act.

question était uniquement criminelle avant cette date. La loi existe depuis 100 ans, mais ses nouvelles dispositions datent de 15 ou 20 ans.

**Le sénateur Corbin:** Qu'est-ce qui a amené l'inclusion des questions de fusion dans votre mandat?

**M. Jorré:** À une époque, la loi était entièrement criminelle. Nous ne pouvions pas, avec une disposition criminelle, examiner et défendre de façon adéquate la concurrence au pays.

**Le sénateur Corbin:** Croyez-vous qu'il y aurait lieu de réviser la loi telle qu'elle existe actuellement et telle que vous avez à l'appliquer?

**M. Jorré:** Il y a un document de discussion que nous avons préparé proposant un certain nombre d'amendements. Le «Public Policy Form» fait l'objet présentement d'une consultation concernant ce document de discussion. Il y a eu des amendements, de façon régulière, depuis quelques années et il y en aura certainement d'autres dans les années à venir.

**Le sénateur Corbin:** Ces amendements visent-ils l'intérêt public ou l'opération interne de votre boutique?

**M. Jorré:** Ce sont des questions d'intérêt public. Il y a plusieurs questions en discussion. Il y a, par exemple, la possibilité de faire des changements majeurs à la disposition contre les cartels.

**Le sénateur Corbin:** J'ai eu l'impression dans votre présentation que vous semblez uniquement vous préoccuper par la question de la «piastre».

**M. Jorré:** La Loi sur la concurrence est une loi économique.

**Le sénateur Corbin:** Donc l'intérêt du consommateur canadien ne vous préoccupe pas?

**M. Jorré:** Le consommateur a tout intérêt à ce qu'on ait une économie concurrentielle. Les prix seront plus élevés et les choix plus limités si nous n'avons pas une économie concurrentielle.

**Le sénateur Corbin:** Les consommateurs ordinaires vous approchent-ils pour soumettre leurs inquiétudes ou bien vos clients sont-ils uniquement des propriétaires, des annonceurs, et cetera?

**M. Jorré:** Nous n'avons pas de clients comme tel. Il y a différents aspects à votre question. Nous avons toutes sortes de dispositions différentes, par exemple, contre la publicité trompeuse ou le télémarketing frauduleux. Évidemment ces plaintes viennent de gens qui ont souffert de cette publicité trompeuse ou autres.

**Le sénateur Corbin:** Donc le consommateur ordinaire?

**M. Jorré:** Oui. Nous recevons environ 80 000 plaintes par année dans tous les domaines. Dans le cas d'une fusion de deux entreprises, un système les oblige pour les transactions d'une certaine taille de nous le notifier. Nous devons examiner cette fusion en vertu de la loi.



Our work is to protect competition and therefore to protect the consumer. I fail to see how an economy that fosters better competition would not be good for the consumer.

**The Chairman:** We could move on to the second round?

**Senator Corbin:** I am getting to my main point. You will see that my reasoning is logical. I was losing my train of thought. Out of the 80,000 complaints that are submitted to you every year, how many do you accept under the terms of your mandate?

**Mr. Jorré:** We can only carry out a small number of investigations in the course of a year. But we do a fair number.

**Senator Corbin:** Even with a budget of 44 million dollars and 380 people! So, you are not focusing on that aspect sufficiently, that's clear!

**Mr. Jorré:** We can provide you with figures on the number of investigations. We have an annual report that describes the work we do. We do a lot of different things in different areas.

**Senator Corbin:** This report only gives an approximate idea of the work that is done in your office. It is not a detailed report. You are subject to the general annual report criteria that apply to all departments. So the consumer does not have a very specific idea of what goes on in your office. I can understand that. But it leaves a great deal to be desired. You spoke of your role as advocate. Can you elaborate on that?

**Mr. Jorré:** We are the advocates of competition. In statutory terms, we have the right to appear before tribunals such as the CRTC or other administrative tribunals to defend competition. We have intervened frequently in the telecommunications area on issues related to encouraging competition in telecommunications.

Under the law, we can also intervene to encourage competition in provincial bodies, with the province's permission. We have often been asked to intervene to give our point of view on competition matters, for instance in the energy area.

**Senator Corbin:** One thing bothers me. Agencies that regulate the interests of consumers and Canadian owners seem to have a right hand and a left hand. Generally speaking both of them cannot seem to agree on what constitutes the fundamental interest of the Canadian consumer. On one hand, you seem concerned mostly by the interests of owners, broadcasters, et cetera. On the other hand, you seem to relegate everything else to the CRTC, where culture is concerned.

Is it an intelligent approach in a democratic society to function in this disjointed way? Would it not be a good idea to merge the Competition Bureau and the CRTC into one single organization so that when they examine a problem they can determine all of the aspects of a given issue: the point of view of the consumer, of

Notre travail est de protéger la concurrence et en conséquence, de protéger le consommateur. Je ne vois pas comment une économie qui n'aurait pas une meilleure concurrence ne serait pas bonne pour le consommateur.

**La présidente:** On pourrait passer à une deuxième ronde?

**Le sénateur Corbin:** Je voudrais arriver à mon point principal. Vous verrez que mon raisonnement est logique. Vous m'avez distrait. Des 80 000 plaintes qui vous sont faites chaque année, combien en reprenez-vous aux termes de votre mandat?

**M. Jorré:** Nous ne pouvons faire qu'un petit nombre d'enquêtes dans le cours d'une année. Mais nous en faisons un bon nombre.

**Le sénateur Corbin:** Même avec 44 millions de dollars de budget et 380 personnes! Donc, il y a insuffisance de ce côté, c'est clair!

**M. Jorré:** Nous pouvons vous fournir des chiffres sur le nombre d'enquêtes. Il y a un rapport annuel qui décrit le travail que nous faisons tous les ans. Nous faisons beaucoup dans différents domaines.

**Le sénateur Corbin:** Ce rapport donne seulement une idée approximative du travail qui se fait dans votre bureau. Ce n'est pas un rapport détaillé. Vous êtes soumis à des critères de rapport annuel qui s'applique en général à tous les ministères. Donc, le consommateur n'a pas une idée très précise de ce qui se passe dans votre bureau. Je peux le comprendre. Mais cela laisse à désirer énormément. Vous avez parlé de votre rôle d'avocat. Qu'en est-il au juste?

**M. Jorré:** Nous sommes le champion de la concurrence. En termes statutaires, nous avons le droit de comparaître aux tribunaux tels que le CRTC ou d'autres tribunaux administratifs pour être l'avocat de la concurrence devant ces organismes. Nous avons fait beaucoup d'interventions dans le domaine des télécommunications sur les questions liées à l'encouragement de la concurrence dans les télécommunications.

La loi prévoit également que nous pouvons faire la même chose aux instances provinciales avec la permission de celles-ci. Nous avons souvent été demandés d'intervenir pour donner notre point de vue en matière de concurrence, par exemple dans le domaine de l'énergie.

**Le sénateur Corbin:** Une chose me tracasse. Nous avons, dans les agences qui régissent les intérêts des consommateurs et des propriétaires canadiens, un bras droit et un bras gauche. Les deux ne semblent pas pouvoir, en général, se mettre d'accord sur ce qui est fondamentalement l'intérêt du consommateur canadien. D'une part, vous vous préoccupez surtout des intérêts des propriétaires, des annonceurs, et cetera. D'autre part, vous semblez reléguer tout le reste au CRTC en ce qui concerne la culture.

Est-ce une approche intelligente dans une société démocratique de fonctionner de façon détachée? N'y aurait-il pas lieu de fonder le Bureau de la concurrence et le CRTC en un organisme unique, de sorte qu'ils puissent, lorsqu'ils se penchent sur un problème, un cas, cerner tous les aspects de cette question: le point de vue du

culture, and of Canadian nationalism, for lack of another term. Would it not be better to have a single agency rather than operating in this disjointed way?

**Mr. Jorré:** We are not disjointed. I will address the beginning of your question first. We have no other interest aside from competition. We do not promote the interest of owners or of consumers: we act as advocates of competition.

**Senator Corbin:** Culture does not interest you?

**Mr. Jorré:** Our statutory obligation is to promote competition. Competition is to the advantage of consumers and the Canadian economy. Let me give you an example. We worked on one case, Superior Propane, which went on for years. We spent millions of dollars on that case.

The effect we were after was to protect propane consumers from price increases. This was to the advantage of all purchasers, be they consumers or businesses. Our purpose was to help the economy. We need an effective economy and in this way we help the consumer. This is the consequence of promoting competition.

As for merging everything, I think that competition is highly important and is in the interest of Canadian men and women. Consumers deserve a dedicated advocate of competition to protect their interests in an economy that functions effectively.

**Senator Corbin:** Gas is one thing, but the media are something else. This committee is concerned with the state of the media in Canada.

**Mr. Jorré:** Our act is not directly concerned by diversity; it is an economic act with another objective.

**Mr. Peter Sagar, Deputy Commissioner of Competition, Competition Policy Branch, Competition Bureau, Industry Canada:** One principle is important. The Competition Bureau focuses on competition specifically. We have the expertise, the act is clear and specific, and our experience applies to any industry, be it the media, telecommunications, broadcasting, or newspapers; we apply the same principles to all industries. We take into consideration all of the important matters for that industry.

[English]

We do not ignore the special elements of an industry. In the case of media, we do take into account the readers, the suppliers, the journalists, as well as the advertising market. It has happened that, most often, advertising is the biggest part of that equation, but we do not ignore the rest.

consommateur, de la culture, du nationalisme canadien que j'invoque parce que je n'ai pas d'autres termes. Ne serait-il pas mieux d'avoir une seule agence plutôt que d'opérer de façon détachée?

**M. Jorré:** Nous ne sommes pas détachés. Je dois commencer avec le début de votre question. Nous n'avons pas d'autre intérêt que la concurrence. Ce n'est pas l'intérêt du propriétaire ou du consommateur qui compte pour nous, mais c'est de promouvoir la concurrence.

**Le sénateur Corbin:** La culture ne vous intéresse pas?

**M. Jorré:** Notre obligation statutaire est de promouvoir la concurrence. La concurrence est à l'avantage des consommateurs et de l'économie canadienne. Laissez-moi vous donner un exemple. Nous avons travaillé dans une cause, Superior Propane, qui a duré des années. Nous avons dépensé des millions de dollars dans cette cause.

L'effet, que nous recherchions, était de protéger les consommateurs de propane quant à l'augmentation des prix. C'est à l'avantage de tous les acheteurs, que ce soit des consommateurs ou des entreprises. Notre but était d'aider l'économie. Nous avons besoin d'une économie efficace et nous aidons ainsi le consommateur. C'est la conséquence de promouvoir la concurrence.

Quant à tout fondre ensemble, je crois que la concurrence est suffisamment importante pour l'intérêt des Canadiens et des Canadiennes. Les consommateurs méritent d'avoir un avocat proprement dit pour la concurrence quant à leur intérêt dans une économie qui fonctionne, même comme consommateurs.

**Le sénateur Corbin:** Le gaz c'est le gaz mais les médias, c'est autre chose. Ce comité se préoccupe de la situation des médias au pays.

**M. Jorré:** Notre loi n'est pas directement concernée par la diversité; c'est une loi économique avec un autre but.

**M. Peter Sagar, sous-commissaire de la concurrence, Direction générale de la politique, Bureau de la concurrence, Industrie Canada:** Il y a un principe important. Le Bureau de la concurrence est ciblé spécialement sur la concurrence. Nous avons l'expertise. La loi est claire et précise et l'expérience va s'appliquer à n'importe quelle industrie, que ce soit les médias, les télécommunications, la radiodiffusion, les journaux; nous appliquons les mêmes principes à toutes les autres industries. On prend en considération toutes les questions importantes pour cette industrie.

[Traduction]

Nous ne négligeons pas les éléments particuliers d'un secteur d'activités. En ce qui concerne les médias, nous tenons compte des lecteurs, des fournisseurs, des journalistes et du marché de la publicité. Nous l'avons déjà fait. Dans la plupart des cas, la publicité constitue la partie la plus importante de cette équation, mais nous ne faisons pas abstraction des autres éléments.



We believe, as stated by the acting commissioner in other places, that it is really important for us to focus on the things we can do well, and for the CRTC to focus on the things they do well. We benefit from specialization in the application of our laws and acts. By trying to mix quite different preoccupations, quite different public policy targets, we end up with a ragout. A ragout can be very good, but you never know what ingredients went into it. We think it is important, for transparency and effectiveness, that we have clarity in this process. We are good at what we do, and we believe the CRTC is good at what they do. We want to make sure that we continue doing it in a way that lets the market develop and diversity bloom. They can pursue their cultural and diversity objectives, and we will pursue ours, and they will go together quite nicely.

**Senator Johnson:** Given the relatively small size of the Canadian market, are there grounds in terms of economic efficiency for having highly concentrated media industries here?

**Mr. Jorré:** I am not in a position to answer your question. One would have to study it as to whether you have scale economies that would arise by being more concentrated. I must say that, while we are not in a position to answer, it is not something that has come up when we have been looking at these transactions. There is nothing in what we have seen in the transactions we have looked at to date that would suggest that that was an issue. However, that is only speaking from what we have seen and the transactions we have examined. I am in no position to answer your question generally.

**Senator Johnson:** Media firms in Canada tend to be closely held. As you know, the majority of voting shares are held by individuals and members of the same family. Does this pose any potential problems in the media sector?

**Mr. Jorré:** In that, it is no different from all sorts of sectors; some have closely held companies, others do not. From a competition perspective under our law, I am not sure that I can make any general statements about whether that has an impact for media. The only thing I do know, as I said before, is that I think you will get more product choice with different owners, different forms of ownership and other things. That may help diversity; but beyond that, I am not sure I can assist you.

**Senator Johnson:** What about the area of foreign ownership restrictions in the Canadian media? If they were reduced or eliminated, would Canadian news become less diverse and more American? What is your view?

**Mr. Jorré:** I am not sure I can answer for you what the specific effect on news content would be. We favour a liberalization of ownership in general in all the economy. There are some advantages, and one of the major ones, which you see in any

Comme l'a signalé le commissaire devant le comité de la Chambre des communes, nous sommes d'avis qu'il est réellement important que nous nous penchions sur les aspects dont nous nous acquittons bien et que le CRTC s'occupe de ce qu'il fait bien. Nous sommes spécialisés dans l'application de nos lois respectives. En mélangeant des questions assez différentes et des objectifs assez distincts en matière de politique publique, nous obtiendrions un ragoût, qui peut être un mets succulent, mais dont nous ne savons jamais les ingrédients. Nous pensons qu'il est important de clarifier le processus à des fins de transparence et d'efficacité. Nous excellons dans ce que nous faisons et nous croyons que la même chose vaut pour le CRTC. Nous voulons nous assurer que nous continuons d'exécuter notre mandat de façon à laisser croître le marché et la diversité. Le CRTC peut se pencher sur les objectifs liés à la culture et à la diversité, tandis que nous nous attaquerons à nos objectifs, et le tout se mariera assez bien.

**Le sénateur Johnson:** Étant donné la taille relativement restreinte du marché canadien, peut-on, sur le plan de l'efficacité économique, justifier la forte concentration de capitaux dans les médias au Canada?

**M. Jorré:** Je ne suis pas en mesure de répondre à votre question. Il faudrait déterminer si cette concentration entraîne des économies d'échelle. Je dois préciser que, même si nous ne sommes pas en mesure de répondre à votre question, ce point a surgi tout de même lorsque nous avons examiné ces transactions. Jusqu'à présent, nous n'avons rien découvert qui laisserait entrevoir un tel problème. Cependant, je parle uniquement de ce que nous avons constaté dans les transactions que nous avons examinées. Sur un plan plus général, je ne suis pas en mesure de répondre à votre question.

**Le sénateur Johnson:** Au Canada, les entreprises médiatiques ont peu d'actionnaires. Vous n'êtes pas sans savoir que la majorité des actions avec droit de vote sont détenues par des personnes et des membres d'une même famille. Cet aspect risque-t-il d'entraîner des problèmes dans ce secteur?

**M. Jorré:** La situation n'est pas différente de celles régnant dans les autres secteurs: certaines entreprises ont peu d'actionnaires alors que d'autres en ont beaucoup. Si je m'en tiens à notre loi sur la concurrence, j'ignore si je peux dire de façon générale que cela exerce une influence au sein du secteur des médias. La seule chose que je sais, et je le répète, c'est que, selon moi, le choix de produits sera plus varié s'il y a plusieurs propriétaires, différentes formes de propriété, et cetera. Cela peut favoriser la diversité, mais au-delà de cet aspect, je ne suis pas sûr que je pourrais vous aider.

**Le sénateur Johnson:** Que pensez-vous des restrictions en matière de propriété étrangère dans les médias canadiens? Si ces restrictions étaient réduites ou éliminées, les actualités canadiennes perdraient-elles de leur diversité et s'américaniseraient-elles? Qu'en pensez-vous?

**M. Jorré:** J'ignore si je peux répondre à votre question relative à l'effet précis sur le contenu des actualités. Nous sommes en faveur d'une libéralisation générale des droits de propriété dans tous les secteurs de l'économie. Une telle libéralisation comporte

industry in Canada with foreign ownership restrictions, is where you have ownership restrictions you often have a limited number of buyers. That is true, for example, here in airlines as well as in media. If someone is trying to sell, and you have a limited number of buyers, it increases the chance that you will have a transaction that will increase concentration within the industry here because you do not have access to another pool of buyers outside. For us, in many situations, I think we would see it as a distinct advantage if you had a greater pool of potential buyers, because you might avoid some of the transactions that are further concentrating industries.

**The Chairman:** There is an attractive purity, almost an elegance, to the view that your role is purely economic and therefore you focus essentially — although I take Mr. Sagar's qualification — on advertising in matters of media markets and that someone else, the CRTC, should look at other elements. However, I was struck by your statement, very early on in your prepared remarks, that you use an analytical framework common to all products and services. Then you went on to say that you look at individual differences among industries — but, still, a common analytical framework. It seems to me when you are looking at the news media — not entertainment in the general sense, but the news media — you are, as a matter of law, not looking at an industry like the others. I say that because it is, to my knowledge, the only industry that is given protection under the Constitution of Canada, which guarantees freedom of the press. That has enormous ramifications, and we are glad it does that. That already, it seems to me, would provide a substantial legal argument that this is not an industry like the others. It is not just a “question de piastre,” as Senator Corbin said, even though we understand the first duty of a free press is to be independent and survive financially — make a profit.

There is that element, and then there is the equally pure and elegant argument that you only look at economics and that someone else should look at everything else and that that should be the CRTC. However, the CRTC has never had any mandate to look at newspapers, only at broadcasting. Indeed, I would think there might be some public furor if it were given a mandate to do so, given their interventionist role in terms of setting up quite strict rules about content of broadcasting ventures.

The pure and elegant argument ends up leaving an enormous void — that when you examine mergers, cross-media deals, concentration of one sort or another, it is like ignoring the elephant in the middle of the room. I am sorry I cannot follow you there. Can you clarify this matter for me?

certain avantages dont le principal est le suivant: les restrictions à la propriété restreignent souvent le nombre d'acheteurs. Vous pouvez constater cette situation dans tous les secteurs d'activités où des restrictions sont imposées sur la participation étrangère. C'est vrai notamment dans le secteur des transporteurs aériens et des médias. Si quelqu'un essaie de vendre et si le nombre d'acheteurs est restreint, les chances sont plus grandes que la transaction entraînera une concentration au sein du secteur parce que les acheteurs étrangers seront exclus. Dans bien des cas, je pense que l'accroissement du nombre d'acheteurs éventuels pourrait déboucher sur un avantage distinct, parce que vous pourriez éviter la conclusion de certaines transactions susceptibles d'intensifier la concentration.

**La présidente:** Il émane de vos propos une pureté qui confine presque à l'élégance lorsque vous affirmez que votre rôle est uniquement économique et consiste donc à se pencher essentiellement — je reprends l'expression de M. Sagar — sur la publicité dans les marchés des médias alors qu'un autre organisme, le CRTC, devrait s'occuper des autres aspects. Cependant, j'ai été surpris par les propos que vous avez tenus au tout début de votre exposé, lorsque vous avez parlé d'un cadre analytique commun à tous les produits et services. Vous avez précisé par la suite que vous examinez les différences propres aux secteurs — mais vous avez tout de même un cadre analytique commun. Il me semble que, lorsque vous vous penchez sur la situation des médias de l'information — je ne parle pas des médias du divertissement, mais bien des médias de l'information —, vous n'examinez pas un secteur d'activités comme tous les autres, aux fins de la loi. Je m'exprime ainsi parce que, selon moi, les médias de l'information constituent le seul secteur protégé en vertu de la Constitution canadienne, qui garantit la liberté de presse. Cette protection comporte des ramifications considérables dont nous sommes très heureux. Il me semble qu'une telle protection apporterait un argument juridique de poids prouvant qu'il ne s'agit pas d'un secteur comme les autres. Ce n'est pas uniquement une question de «piastres», comme l'a mentionné le sénateur Corbin, même si nous comprenons que la presse libre doit avant tout être indépendante et rentable — elle doit pouvoir faire des profits.

Nous avons cet aspect, mais il y a également l'argument — qui recèle une pureté et de l'élégance — que vous envisagez uniquement les aspects économiques et qu'un autre organisme devrait se pencher sur les autres questions, et que l'organisme en question devrait être le CRTC. Cependant, le CRTC n'a jamais reçu le mandat d'examiner les journaux. Il ne peut se pencher que sur les entreprises de radiodiffusion. En fait, je penserais que lui confier un tel mandat provoquerait un tollé dans la population, étant donné le rôle interventionniste que joue le CRTC en établissant des règles assez rigoureuses au sujet du contenu des émissions radiodiffusées.

Cet argument qui recèle une pureté et une élégance laisse un vide énorme — lorsque vous examinez les fusions, les transactions entraînant une propriété croisée des médias et la concentration des capitaux, c'est comme si vous ignoriez l'éléphant au milieu d'une pièce. Je regrette, mais je ne peux pas vous suivre. Pourriez-vous me préciser le tout?



**Mr. Jorré:** You are, of course, correct that the CRTC has no mandate on newspapers. In cross-media transactions, they can look at the broadcast side of it. Let me step back to why the issues of concern to you do not really fit within our act nor are suitable for fitting within our act.

We always say we can look at price, selection, quality, service — there is a point where product choice and diversity may meet. If you have two newspapers in one city and one buys the other and you are into one, especially if they are quite different, then you have a reduction in product choice and you may have a reduction in diversity. If you bring together, say, the *Ottawa Sun* and the *Ottawa Citizen*, resulting in only one and in one format, there is a distinct diminution in product choice — and also in diversity of views.

We can look at questions such as product choice, but the economic nature of the act and the tools that we have are not really suitable for dealing with the much more difficult questions that diversity of voices entails.

There are very difficult questions of whether you have as much variety of opinion as you should have. You are looking within the context of a particular media paper or broadcaster. Those are much more difficult and subtle. I do not believe they are susceptible to competition analysis, even if you could set out a clear objective for us. They are much better dealt with in a different kind of forum.

The CRTC seems to be the obvious place for broadcasting. The honourable senator is correct that there is an issue with newspapers and the government. Parliament may wish to consider whether, if it wishes to do something, it should create some mechanism to do it.

We are not equipped. The act is not equipped to deal with this kind of issue, other than in the most brutal terms where you have, for example, two papers becoming one. If you have two papers becoming one, you probably also have problems in advertising markets as well.

**The Chairman:** Someone else must look at the elephant.

**Mr. Jorré:** You need different tools and mechanisms to analyze this.

**The Chairman:** I do understand your argument.

Let me ask a hypothetical question about your mandate. I am not predicting that this is about to happen. Suppose, for the sake of argument, that we look across Canada and notice how many cities are one-paper communities. If a single person bought all of those papers, there would be no greater concentration in each community because the same paper is still there.

**M. Jorré:** Vous avez certes raison de dire que le CRTC ne possède aucun mandat en ce qui concerne les journaux. Il peut étudier les questions liées à la radiodiffusion lorsqu'il se penche sur une transaction entraînant une propriété croisée. Vous me permettrez de revenir aux raisons pour lesquelles les questions qui vous préoccupent ne relèvent réellement pas de notre loi, ni ne conviennent d'en relever.

Nous avons toujours affirmé que nous pouvions examiner le prix, le choix, la qualité et le service offert — il existe un point de convergence possible en ce qui concerne le choix des produits et la diversité. Si, dans une ville, un journal achète son concurrent pour l'absorber, le choix des produits et la diversité risquent de diminuer, particulièrement si ces deux journaux sont d'une orientation différente. Supposons une fusion de l'*Ottawa Sun* et de l'*Ottawa Citizen*. Le choix de produits et la diversité des opinions diminueraient d'une façon marquée.

Nous pouvons envisager des questions comme le choix de produits, mais nous ne sommes pas en mesure de nous attaquer aux aspects plus épineux que la diversité des voix entraîne, étant donné la nature économique de notre loi et les moyens dont nous disposons.

Il est très difficile de déterminer si la variété des opinions émises est celle que nous devrions obtenir. Il s'agit d'un journal ou d'un radiodiffuseur particuliers. Ces questions sont beaucoup plus difficiles et beaucoup plus délicates. Je ne pense pas qu'elles puissent faire l'objet d'une analyse aux fins de la concurrence, même si vous pouviez nous confier cet objectif précis. Un autre genre d'organisme est beaucoup mieux en mesure de traiter ces questions.

En ce qui a trait à la radiodiffusion, le CRTC semble être cet organisme. L'honorable sénateur ne fait pas fausse route en affirmant qu'il y a un problème en ce qui concerne les journaux et le gouvernement. S'il désire intervenir, le Parlement souhaitera peut-être envisager de créer un mécanisme pour s'attaquer à ces questions.

Quant à nous, nous n'avons pas les moyens pour le faire. Notre loi ne nous autorise pas à examiner ce genre de question. Nous ne pouvons intervenir que de la façon la plus impitoyable, lorsque nous sommes aux prises notamment avec la fusion de deux journaux. Le cas échéant, il est probable que les problèmes touchent également les marchés de la publicité.

**La présidente:** Un autre organisme doit donc s'occuper de l'éléphant.

**M. Jorré:** Pour analyser une telle question, il faut des outils et des mécanismes différents.

**La présidente:** Je comprends votre argument.

Vous me permettrez de vous poser une question hypothétique au sujet de votre mandat. Je ne prédis pas qu'une telle situation surviendra, mais supposons, aux fins de la discussion, que nous constatons que bien des villes au Canada n'ont qu'un seul journal. Si une seule personne achetait tous ces journaux, la concentration ne serait pas supérieure dans chaque collectivité, parce que les mêmes journaux y paraîtraient toujours.

Would you consider that to be a problem under the terms of your legislation? I am taking this to the extreme.

**Mr. Jorré:** You must look at the issue of the nature of the relevant markets. If you find that they are all local, then it does not really change.

If there were a national market and only the one owner, it may have an effect on buyers of advertising in the national market who no longer have any choice whatsoever. You would have to explore that. That may raise issues.

Also, it could raise issues upstream for suppliers to newspapers — the people selling them newsprint and content. You would have to look at the upstream issues as well.

**The Chairman:** What about employment? Let us say, for example, that I have decided that I do not want Ph.D.s in economics or whatever, that I have some bias against some class of people, and decide not to hire them. What will you do about that?

Do you look at that? Do you look at the implications of employment becoming restricted?

**Mr. Jorré:** The act does not look at the effects on employment of a transaction. It is not part of the mandate under the act. There may be human rights legislation issues in what you describe.

**The Chairman:** From your point of view, essentially, it is a matter of who gets to make money and on what terms. Is that correct?

**Mr. Jorré:** I would say very importantly so. Also, it is a matter of ensuring that there is a competitive marketplace. If you are to have an efficient, effective economy, you need a competitive marketplace. If, ultimately, customers and consumers are not to suffer, you need a competitive marketplace.

We would look, as well, at the impact on prices of products where that has an effect. Movie theatres are still in the more classical model of a market. The effect on the customer is a consideration since it is not really advertising-driven to the same extent.

**Senator Graham:** I wish to follow up with respect to the point raised by Senator Johnson on foreign ownership and ask whether the bureau has any official position with respect to foreign ownership.

**Mr. Jorré:** There is one thing that we have said very clearly that is very important. If changes are made, because there are rules both in the telecom sector and the broadcast sector, any change should be in parallel.

Currently, you have a number of companies that are in both sectors. If you change one and you do not change the other, then you would potentially cause a series of reactions as a result. For example, if telecom were opened up but not broadcasting, you

En vertu de votre loi, s'agirait-il d'un problème, selon vous? Je sais que j'exagère.

**M. Jorré:** Vous devez envisager la nature des marchés en cause. Si vous constatez que ces marchés sont tous locaux, la situation ne change pas vraiment.

Si nous avions un marché national et un seul propriétaire, les acheteurs de publicité nationale n'auraient peut-être plus aucun choix. Vous devriez examiner cet aspect, qui serait susceptible d'entraîner des problèmes.

Cette situation pourrait également créer des problèmes en amont pour les fournisseurs des journaux — c'est-à-dire les gens qui leur vendent le papier journal et le contenu. Il faudrait examiner les problèmes en amont également.

**La présidente:** Qu'en est-il de l'emploi? Disons, par exemple, que j'ai décidé d'écarter tous les détenteurs de doctorat en économie ou dans un autre domaine, que j'ai des préjugés envers certaines catégories de personnes et que j'ai décidé de ne pas les engager. Que ferez-vous à cet égard?

Vous penchez-vous sur cette question? Examinez-vous les situations où l'emploi peut devenir plus restreint?

**M. Jorré:** Les effets d'une transaction sur l'emploi ne sont pas couverts par la loi. Cette question ne fait pas partie du mandat conféré par la loi. La situation que vous décrivez pourrait relever du domaine des droits de la personne.

**La présidente:** De votre point de vue, la question est de savoir essentiellement qui fait de l'argent et dans quelles conditions. Est-ce exact?

**M. Jorré:** Je dirais que c'est très important, en effet. Il s'agit également de garantir un marché concurrentiel. Si l'on veut une économie efficace et efficiente, il faut un marché concurrentiel. Si, en bout de piste, on veut s'assurer que les consommateurs et les clients s'en sortent bien, il faut un marché concurrentiel.

Il faudrait aussi examiner les retombées sur le prix des produits, le cas échéant. Les salles de cinéma font encore partie des modèles de marché plus classiques. L'effet sur le consommateur doit être pris en considération, puisque ce dernier n'est pas ciblé par la publicité dans la même mesure.

**Le sénateur Graham:** J'aimerais reprendre le point soulevé par le sénateur Johnson au sujet de la propriété étrangère et demander si le bureau a adopté une position officielle à ce sujet.

**M. Jorré:** Il y a une chose que nous avons dite très clairement et qui est très importante: si des changements sont apportés, ils doivent l'être en parallèle puisqu'il y a des règles qui s'appliquent au secteur des télécommunications et d'autres au secteur de la radiodiffusion.

À l'heure actuelle, un certain nombre d'entreprises oeuvrent dans les deux secteurs. Si des changements sont apportés dans l'un d'eux seulement, une série de réactions pourrait en résulter. Par exemple, si le secteur des télécommunications était ouvert, mais



would have to split the two parts of a company in order to take advantage of one but not the other. We have said very clearly that those should move in parallel.

We generally favour liberalization. There are overriding issues for Parliament and the government.

**Senator Graham:** I want to go to a document entitled “CRTC/Competition Bureau Interface.” I understand that the Competition Bureau and the CRTC agreed to this document in 1999. It was to provide the industry stakeholders — and the general public is a stakeholder — with greater clarity and certainty as to the regulatory part and the framework governing the telecommunications and broadcasting sectors.

The document, I believe, noted with respect to merger reviews that there is a “parallel jurisdiction.” We are familiar with the proposed acquisition by Astral Media of some French-language radio stations owned by Télémedia. The CRTC approved the transaction. During the course of those hearings, the Competition Bureau opposed the transaction for presumably valid reasons according to the mandate.

Setting that aside, how is this “Interface” document working at the present time? Does it come into play?

**Mr. Jorré:** It sets out our respective roles. In the case of acquisitions in the broadcasting industry, you have two different mandates and two different processes to be followed. This is not something that is unknown.

I will give a simple example. If you are building a building, you may have to comply not only with zoning but also with environmental regulations. In a similar way here, you must ensure not only that your transaction does not raise competition concern but also that you meet the requirements of the CRTC.

**Senator Graham:** I come back to my original question: Do you still believe that the Competition Bureau has no place in the bedroom of the CRTC with respect to licensing?

**Mr. Jorré:** Let me explain. Our act is framework legislation for the marketplace. It is part of a number of legal instruments in an economy to set general rules for the marketplace. Contract law is part of the framework; general corporate law in incorporating companies is; our act sets a general framework.

The CRTC is a sectoral regulator with a specific role. Those are two very different functions that I believe belong as separate functions. A competition framework is needed, and you need an advocate for competition, which is a very different role, and I do not believe you would want to combine those two. As such, as framework legislation, we do not license new businesses in any area, nor do I believe that we should be involved in the licensing of new broadcast entities. That is not part of the framework because that is a sectoral issue.

pas celui de la radiodiffusion, il faudrait scinder une entreprise donnée en deux pour qu'elle profite de l'un, mais non pas de l'autre. Nous avons dit très clairement que ces changements doivent être adoptés en parallèle.

Nous sommes généralement en faveur d'une libéralisation et le Parlement comme le gouvernement vont devoir répondre à des questions primordiales.

**Le sénateur Graham:** J'aimerais que l'on parle d'un document intitulé «l'interface entre le Bureau de la concurrence et le CRTC». Je crois comprendre que ces deux entités se sont mises d'accord sur ce document en 1999. Ce document visait à donner aux participants de l'industrie, dont le public fait partie, plus de clarté et de précision concernant le cadre réglementaire et juridique régissant les secteurs des télécommunications et de la radiodiffusion.

Dans ce document, on notait, en ce qui a trait aux fusions, qu'«il existe une compétence parallèle». Nous savons qu'Astral Média souhaitait acquérir quelques stations de radio francophones appartenant à Télémedia. Le CRTC a approuvé cette transaction. Au cours des audiences, le Bureau de la concurrence a contesté la transaction pour des raisons vraisemblablement valables ressortissant à son mandat.

Ces considérations mises de côté, comment cette «interface» fonctionne-t-elle actuellement? En quoi est-elle utile?

**M. Jorré:** Ce document définit nos rôles respectifs. Dans le cas des acquisitions dans le secteur de la radiodiffusion, il y a deux mandats différents et deux processus différents à suivre. Cette situation est connue.

Je vous donne un exemple simple. Si vous souhaitez construire un immeuble, vous devez vous conformer non seulement aux règlements de zonage, mais aussi aux normes environnementales. La situation est la même ici: vous devez faire en sorte que votre transaction ne crée aucun problème de concurrence, tout en veillant à respecter les exigences du CRTC.

**Le sénateur Graham:** Je reprends ma question initiale: Croyez-vous toujours que le Bureau de la concurrence ne doit pas s'ingérer dans les affaires du CRTC pour ce qui est de l'octroi de licences?

**M. Jorré:** Laissez-moi vous expliquer. Notre loi est une loi-cadre pour le marché et fait partie d'un certain nombre d'instruments juridiques qui visent à établir des règles générales à ce sujet. Le droit en matière de contrat fait partie de ce cadre; le droit des sociétés, qui régit la constitution des sociétés, fait aussi partie de ce cadre; notre loi définit donc un cadre général.

Le CRTC est un organisme de réglementation sectoriel ayant un rôle bien précis. Ce sont deux fonctions très différentes qui doivent être exercées séparément. Un cadre de concurrence est nécessaire, et il faut un défenseur de la concurrence, qui est un rôle très différent, et je ne crois pas que vous voudriez combiner les deux. En adoptant une loi-cadre, nous n'accordons pas de licence à une nouvelle entreprise dans un secteur quelconque, et je ne crois pas que nous devrions participer à l'octroi de licences à de nouveaux organes de radiodiffusion. Cette activité ne fait pas partie du cadre puisqu'il s'agit d'une question sectorielle.

**Senator Graham:** There is never a situation or a case in which the Competition Bureau would give an opinion to the CRTC before they would grant a licence. Is that correct?

**Mr. Jorré:** I am not aware of our having intervened in a licensing application. We have intervened in front of the CRTC to make our views known in telecommunications on the structure of deregulating telecommunications. It is difficult for me to imagine a circumstance in which our role as competition advocate would cause us to intervene on a licence application, because I do not think that falls within setting a framework. It is not like rules for, say, unbundling communications services so that entrants could obtain access to certain parts of the telecommunications system. It is difficult for me to envisage that there could be such a situation. I do not believe that we belong in the process of issuing new licences.

[Translation]

**Senator Corbin:** How do you function? Do you automatically investigate all acquisitions or do you only act on the basis of complaints you receive?

**Mr. Jorré:** We must be advised of all acquisitions of a certain size pursuant to the act. We review all of them. They are almost all important transactions in the Canadian economy. If there is no obligation to advise us of the transaction, we can still examine the transaction from the three aspects of the closing of the transaction. We do not examine all transactions that we are not advised of.

**Senator Corbin:** What triggers the review? The size or the importance of the transaction?

**Mr. Jorré:** Under the law, if the transaction exceeds 50 million dollars and if the size of the partners exceeds 400 million dollars, we must be advised of the transaction.

**Senator Corbin:** You do not look at the majority of transactions in New Brunswick, for instance. In the New Brunswick media, there are no operations above and beyond the 50 million dollar threshold. However, there could be monopoly or quasi-monopoly situations. You have no interest in that matter?

**Mr. Jorré:** That could interest us, but there is no obligation to notify us. We do not systematically review all of those transactions. It can happen that people direct our attention to certain transactions. For one reason or another, a transaction we were not advised of is brought to our attention, and we may examine it. There have been transactions of that type where not only have we carried out a review, but we caused changes to be made after the transaction. There has to be a threshold, practically speaking, because we cannot expect to be notified whenever one store purchases another.

**Senator Corbin:** There is something missing in that criterion, especially where the smaller provinces, the have-not provinces, are concerned, where the media do not reach the threshold to meet the criteria you have just described. Does it not worry you that a

**Le sénateur Graham:** Dans aucune circonstance le Bureau de la concurrence ne formulerait un avis au CRTC avant l'octroi d'une licence, n'est-ce pas?

**M. Jorré:** Autant que je sache, nous ne sommes jamais intervenus dans l'octroi d'une licence. Nous avons fait valoir devant le CRTC notre point de vue sur la structure de la déréglementation des télécommunications. Je ne peux imaginer des circonstances dans lesquelles notre rôle de défenseur de la concurrence nous amènerait à intervenir dans la demande d'une licence, parce qu'une telle intervention ne fait pas partie de l'établissement d'un cadre. Ce n'est pas comme d'établir des règles, par exemple, pour dégrouper les services de communications afin de permettre à de nouveaux venus d'accéder à certaines parties du réseau de télécommunication. Je peux difficilement entrevoir une telle situation. Je ne crois pas que nous devons participer à l'octroi de nouvelles licences.

[Français]

**Le sénateur Corbin:** Quelle attitude prenez-vous? Enquêtez-vous automatiquement dans toutes les acquisitions ou agissez-vous uniquement sur la base de plaintes qui vous sont adressées?

**M. Jorré:** Toutes les acquisitions d'une certaine taille doivent être notifiées en vertu de la loi. Nous les examinons toutes. Ce sont presque toutes des transactions d'importance dans l'économie canadienne. Si on n'est pas obligé de notifier la transaction, nous pouvons examiner la transaction à l'intérieur des trois angles de la clôture de la transaction. Nous n'examinons pas toutes les transactions non notifiées.

**Le sénateur Corbin:** Qu'est-ce qui déclenche l'étude? Le facteur de la taille ou de l'importance?

**M. Jorré:** La loi prévoit que si la transaction excède 50 millions de dollars et si la taille des parties excède 400 millions, la transaction doit être notifiée.

**Le sénateur Corbin:** Vous ne jetez aucun regard sur la majorité des transactions du Nouveau-Brunswick, par exemple. Dans ces médias, il n'y a pas d'opérations qui atteignent le seuil de 50 millions de dollars au Nouveau-Brunswick. Cependant on pourrait avoir des situations de monopole ou de quasi monopole. Vous n'avez aucun intérêt à ce sujet?

**M. Jorré:** Cela peut nous intéresser, mais il n'y pas d'obligation de notifier. Nous ne regardons pas systématiquement toutes ces transactions. Il arrive que des gens portent à notre attention des transactions. Pour une raison ou une autre, nous prenons connaissance d'une transaction qui n'est pas notifiée, il se peut qu'on en examine. Il y a eu de ces transactions où nous avons non seulement mené une enquête, mais où nous avons obtenu des modifications après la transaction. Il faut quand même pratiquement un seuil quelque part, parce qu'on ne peut pas demander, à chacune des fois où un magasin en achète un autre, que nous recevions un avis.

**Le sénateur Corbin:** Il y a une lacune dans ce critère, en particulier en ce qui touche les plus petites provinces au pays ou les provinces les moins nanties où les médias n'atteignent pas les seuils d'opérations qui rencontrent les critères que vous venez



holding, an owner, could control three quarters or more of the media in New Brunswick? And because the operation does not meet the size criterion, you would not investigate?

**Mr. Jorré:** We can carry out a review of a transaction that is not subject to notification. If it is drawn to our attention, if someone makes a complaint and if we believe that it would be worthwhile to carry out an investigation, we do that. However, this is not automatic. When there is notification, however, it is automatic.

[English]

**Mr. Sagar:** Senator, if I may carry on briefly, there are two elements that I would focus on. First, in the event that you have that kind of dominance of an industry, parts of the Competition Act would govern how that firm may behave. They would not be allowed to abuse their dominant position. If we find them doing that to prevent entry into the market or to exploit their clients or customers, we have specific laws that apply. We also have, before our consultation process on the amendments, the suggestion that we have the ability to refer for inquiry into the broad state of competition in specific sectors. We do not currently have that capacity, in our act, to do such inquiries. It has existed in the past and it has been suggested by the industry committee in the other place that we have that authority to refer for inquiry. We have suggested, for example, that we could ask the Canadian International Trade Tribunal, which has economic expertise and powers of inquiry, to conduct an investigation on our behalf. We believe that would be useful in those cases that you refer to — hypothetically, of course — where there does appear to have been an undue amount of concentration and, perhaps, a breakdown in market forces.

**Senator Corbin:** I am hopeful that the committee will retain that comment and suggestion, Madam Chair.

[Translation]

**Senator Corbin:** I would like to discuss another aspect of your operations. As you know, this committee is concerned with the media. If you received a complaint according to which because of recent acquisitions there existed a quasi-monopoly of the press in New Brunswick by a holding, would you limit your review, your considerations strictly to the media sector of that holding? Would you broaden your examination to consider the fact that that holding was the owner of a pulp and paper mill, that it can produce pollution that has an adverse effect on the health of residents, that it owns vast forests, chains of hardware stores, grocery stores, radio and television stations, refineries, ships, and was until recently involved in naval construction and owned a vast network — not only in one province, but throughout the eastern continent — of gas stations and convenience stores, and so on? Would you take all of that into account in your consideration of the adverse effects of a media quasi-monopoly on the interest of consumers?

d'annoncer. Cela ne vous inquiète pas qu'un «holding», qu'un propriétaire puisse contrôler les trois-quarts des médias au Nouveau-Brunswick ou davantage? Et parce qu'il ne rencontre pas ce critère de taille, vous n'enquêteriez pas?

**M. Jorré:** Nous pouvons faire une enquête sur une transaction qui ne doit pas recevoir une notification. Si cela est porté à notre attention, si quelqu'un dépose une plainte et que nous croyons que cela mérite de faire une enquête, nous la faisons. Ce n'est toutefois pas automatique. Tandis que lorsque c'est notifiée, c'est automatique.

[Traduction]

**M. Sagar:** Sénateur, si je peux poursuivre brièvement, je voudrais souligner deux éléments. D'abord, dans le cas où un secteur serait dominé par une entreprise, certaines parties de la Loi sur la concurrence régiraient la façon dont cette entreprise pourrait se comporter. L'entreprise en question ne pourrait abuser de sa domination. Si l'on découvrait qu'elle agit de manière à bloquer une percée sur le marché ou à exploiter ses clients, des lois bien précises seraient appliquées. Avant notre processus de consultation sur les modifications, nous proposons également que nous soyons habilités à demander une enquête sur toute la question de la concurrence dans des secteurs spécifiques. Notre loi actuelle ne nous donne pas le pouvoir de le faire, alors que c'était le cas auparavant, et le Comité de l'industrie de l'autre endroit a déjà proposé que nous ayons un tel pouvoir. Par exemple, nous pourrions demander au Tribunal canadien du commerce extérieur, qui a des expertises en économie et des pouvoirs d'enquête, de mener une enquête en notre nom. Nous croyons que ce serait utile dans les cas — hypothétiques, bien sûr — où il semble y avoir une concentration induite et, peut-être, une érosion des forces du marché.

**Le sénateur Corbin:** J'espère que le comité prend bien note de ce commentaire et de cette suggestion, madame la présidente.

[Français]

**Le sénateur Corbin:** J'aimerais aborder un autre aspect de vos opérations. Comme vous le savez, ce comité se préoccupe des médias. Si une plainte vous était adressée selon laquelle il existe, en raison d'acquisitions récentes, un quasi monopole de la presse au Nouveau-Brunswick par un «holding», limiteriez-vous votre étude, vos considérations uniquement sur le secteur média de ce «holding»? Élargiriez-vous votre réflexion en considérant que ce «holding» est propriétaire d'usine de pâte et de papier, qu'il peut produire de la pollution néfaste pour la santé des habitants, qu'il est propriétaire de vastes territoires forestiers, de chaînes de quincaillerie, d'épiceries, de stations de radio et de télévision, de raffineries, de navires et qu'il était, jusqu'à tout récemment, impliqué dans la construction navale et propriétaire d'un vaste réseau — pas seulement dans une province, mais dans tout l'est du continent d'un réseau de stations d'essence et de dépanneurs, et cetera? Prendriez-vous tout cela en considération lors de votre réflexion en ce qui concerne des effets néfastes d'un quasi monopole médiatique pour l'intérêt des consommateurs?

**Mr. Jorré:** As I said in my opening remarks, in our review we consider the likely impact and changes that may result from an acquisition. If we are considering the acquisition of another newspaper or another radio station, we examine the impact this would have on the market. We can also study links with other parts of the business, but our review is limited to the impact of that acquisition.

We cannot study a concentration which existed prior to the acquisition. I will give you a very simple example. In Vancouver, 40 or 50 years ago two daily newspapers were acquired by the same owner. When these newspapers were purchased by CanWest Hollinger, we only studied the change, i.e. the acquisition of newspapers by a broadcaster. But since the two daily newspapers in the city of Vancouver already belonged to the same owner, our act did not allow us to examine that circumstance, but only the consequence of the acquisition.

**Senator Corbin:** I think there are some aspects missing here.

**The Chairman:** Like any other topic, the more we examine it, the more complex it becomes.

[English]

**Senator Graham:** I have a question arising from Mr. Jorré's last comment with respect to the questions that were asked by Senator Corbin. In the British Columbia, Vancouver case, what was your conclusion? You made a study of it, what was your conclusion?

**Mr. Jorré:** We found in that transaction, as I said, that broadcast and print were in different markets. As a result, you may recall that the only remedy we sought in that transaction was in relation to common ownership of ROB-TV, where, if there had been no change — I am just trying to remember — there would have been common ownership between the CanWest group and someone else. If you could give me a moment.

**The Chairman:** I will interrupt here — I usually save these requests for the end of the hearing so as to maintain the witnesses in good humour. It will involve what I suspect may be a voluminous set of documents from you. To wit, I think it would be useful for us to have a detailed summary, an explanation of all of the work you have done in connection with media enterprises of one sort or another. We would be interested in the cases you have examined, the court cases you have launched, whether successful or not, decisions you have made not to intervene, reasoning, conditions, over the past 30 to 35 years. This should go back to the *Irving* case. There was an *Irving* case a long time ago. I am trying to place that in my mind, but certainly that should be included. There have been many other instances, I know.

Would that help you, Senator Graham, to have that?

**M. Jorré:** Tel que je l'ai dit dans mes remarques liminaires, nous regardons l'impact et le changement dans notre examen d'acquisition. Si c'est l'acquisition d'un autre journal ou d'un autre poste de radio, nous regardons son impact sur le marché. Nous pouvons examiner des liens avec d'autres parties de l'entreprise, mais c'est quand même limité à l'impact de cette acquisition.

Nous ne pouvons pas étudier une concentration qui existait déjà avant l'acquisition. Je vous donne un exemple très simple. À Vancouver, deux journaux, deux quotidiens ont été acquis par le même propriétaire, il y a 40 ou 50 ans. Lorsque ces journaux ont été acquis par CanWest Hollinger, nous n'avons étudié que les changements, soit l'acquisition de journaux par un radiodiffuseur. Mais puisque les deux quotidiens de la ville de Vancouver appartenaient déjà au même propriétaire, notre loi ne nous permettait pas d'examiner cet état, mais seulement la conséquence de l'ajout.

**Le sénateur Corbin:** Je pense qu'il y a des manques dans ces opérations.

**La présidente:** C'est comme tout autre sujet, plus on l'examine, plus il devient complexe.

[Traduction]

**Le sénateur Graham:** J'ai une question concernant le dernier commentaire de M. Jorré en réponse aux questions du sénateur Corbin. Dans l'affaire de Vancouver, en Colombie-Britannique, quelles ont été vos conclusions? Vous avez étudié ce dossier, alors quelles ont été vos conclusions?

**M. Jorré:** Comme je l'ai dit, nous avons conclu relativement à cette transaction que la radiodiffusion et l'impression constituaient des marchés différents. Ainsi, vous vous souviendrez peut-être que le seul recours que nous avons cherché à l'égard de cette transaction avait trait à la propriété commune de ROB-TV. S'il n'y avait eu aucun changement — j'essaie de me rappeler —, il y aurait eu propriété commune entre le groupe CanWest et quelqu'un d'autre. Si vous pouvez me donner quelques instants.

**La présidente:** Je vais vous interrompre ici — je garde habituellement ces demandes pour la fin de la séance de manière à préserver la bonne humeur des témoins. Il s'agit de produire un ensemble de documents qui, je présume, sera volumineux. Je crois en effet qu'il nous serait utile d'avoir un résumé détaillé, une explication de tous les travaux que vous avez réalisés relativement aux entreprises du domaine des médias. Nous aimerions en savoir davantage sur la jurisprudence que vous avez examinée, les actions que vous avez engagées et dans lesquelles vous avez eu gain de cause ou non, les situations dans lesquelles vous avez décidé de ne pas intervenir, les motifs et les conditions connexes, au cours des 30 à 35 dernières années. On devrait remonter jusqu'à l'affaire *Irving*, qui date d'il y a longtemps. J'essaie de me rappeler, mais cette affaire doit assurément être incluse. Il y a eu plusieurs autres instances, je sais.

Ces documents vous seraient-ils utiles, sénateur Graham?



**Senator Graham:** Yes, it would probably help fill my school bag.

**The Chairman:** It would be a lot of reading, but it is important for us to understand what has been done.

**Senator Graham:** I do have a final question. Obviously, over the years, you have looked at other countries and you have visited with other countries and people who were in the same kind of business, if you will, as you are. How do other countries reconcile conflicts between competition policy and media policy? Could you give us examples?

**Mr. Jorré:** I can tell you that in the major countries, for competition authorities, the situation is the same as with us. For example, in the United States, the Federal Trade Commission and the Antitrust Division of the Department of Justice look at media mergers from the same perspective we do. As well, I believe it is the Federal Communications Commission that has some rules about limits of ownership of broadcast media and so on.

There are some exceptions. In the United Kingdom, there are some special criteria that have been added into the legislation for reviewing newspaper transactions. There, it is somewhat different.

**Mr. Sagar:** Honourable senators, if it would help you, I would refer to our colleagues from CRTC who have actually put together a quite useful study on the merger review or diversity and control of media in different jurisdictions in Canada, U.S., Australia and France. In most of these jurisdictions, I understand, there is a separate competition and media review, as in the United States, in FTC versus FCC — Federal Trade Commission versus Federal Communications Commission split in power. That tends to exist in most of the countries. It is a standard practice. Most of them have various limits on cross-media ownership, media concentration in different cities. As honourable senators will be aware, in the United States there are strict limits on the extent to which a single owner can have outlets in different places.

**Senator Graham:** Perhaps, Madam Chair, in your list of papers that you are asking for our school bags, you might ask the witnesses to provide us with some information as to how these things operate in different countries.

**The Chairman:** Anything you have would be a useful addition to our homework. We shall, indeed, ask the CRTC for anything they have; and our own staff is also working on these issues.

The U.K., Senator Graham, has a new law. It is this thick. They do not believe in clarity of language in legislation to the same extent that we do. It is a major undertaking, but we will ensure that before this study concludes we understand what other countries are doing. We need to do that.

**Le sénateur Graham:** Oui, cela m'aiderait probablement à faire mes devoirs.

**La présidente:** Ces documents seront longs à lire, mais il est important que nous comprenions ce qui a déjà été fait.

**Le sénateur Graham:** J'ai une dernière question. Au fil des années, vous avez évidemment étudié la situation d'autres pays; vous vous y êtes rendu et vous y avez rencontré des gens qui menaient le même type d'activités que vous. Comment les autres pays règlent-ils les conflits entre la politique sur la concurrence et la politique régissant les médias? Pouvez-vous nous donner des exemples?

**M. Jorré:** Je peux vous dire que dans les grands pays, les autorités en matière de concurrence sont dans la même situation que nous. Par exemple, aux États-Unis, la Federal Trade Commission et la division antitrust du département de la Justice ont examiné les fusions des médias sous le même angle que nous. En outre, c'est la Federal Communications Commission qui, je crois, applique certaines règles qui définissent les limites de la propriété des médias de radiodiffusion, et cetera.

Il y a quelques exceptions. Au Royaume-Uni, certains critères spéciaux ont été ajoutés à la loi pour ce qui est de l'examen des transactions qui touchent les journaux. C'est un peu différent à ce sujet.

**M. Sagar:** Honorables sénateurs, si cela peut vous aider, je m'adresserais à mes collègues du CRTC qui ont effectivement produit une étude passablement utile sur l'examen des fusions ou la diversité et le contrôle des médias au Canada, aux États-Unis, en Australie et en France. Dans la plupart de ces pays, je crois comprendre qu'il existe une distinction entre l'examen de la concurrence et l'examen des médias, comme aux États-Unis, où ces compétences sont partagées entre la Federal Trade Commission et la Federal Communications Commission. Cette tendance s'observe dans la plupart des pays. C'est une pratique courante. La plupart des pays imposent diverses limites quant à la propriété croisée et la concentration des médias dans différentes villes. Comme le savent les honorables sénateurs, aux États-Unis, les points de vente qu'un seul propriétaire peut avoir à différents endroits sont assujettis à de sévères restrictions.

**Le sénateur Graham:** Madame la présidente, vous pourriez peut-être demander aux témoins de nous fournir, parmi les documents que vous avez demandés, de l'information sur la façon dont les choses se déroulent dans différents pays.

**La présidente:** Tout ce que vous avez peut nous aider dans nos travaux. Nous devons, bien sûr, demander au CRTC de nous fournir tout ce qu'il a; notre personnel travaille également sur ce dossier.

Sénateur Graham, le Royaume-Uni a une nouvelle loi, très dense. La clarté de la langue dans les textes de loi britanniques n'est pas perçue de la même façon qu'ici. La tâche est énorme, mais nous devons faire en sorte de bien comprendre ce que font les autres pays, avant la fin de cette étude; c'est indispensable.

**Mr. Jorré:** On your question of material, we will see what we can find. I know there is a study — hopefully, we can find the citation — that was done by an institute in Oxford of European media legislation. I do not know if we still have a copy around, but I hope we can find the citation.

On your question, we will be delighted to send you what we can. I should just comment that we can only provide you with what is in the public domain. When we do not act, there is not much in the public domain. I think the *Irving* case, by the way, was in the 1970s. I will point out that the *Irving* case, which involved the ownership by the *Irving* family of every single English-language newspaper in the province of New Brunswick, was back when the act was entirely criminal. The case was taken by the Competition Bureau — or its predecessor, the Director of Investigation and Research — all the way to the Supreme Court of Canada, which held that a criminal monopolization case was not made out. That was before we had any civil merger review positions.

**The Chairman:** Thank you. Indeed, we are not asking you to break confidentiality requirements. However, for example, you have just pointed out to us your reasoning in the case of the Vancouver market. I think all of that is already in the public domain; so anything that you can give us would be extremely helpful for us as we try to deepen our understanding of what is going on.

**Mr. Jorré:** We would be delighted.

**Senator Johnson:** You are an independent law enforcement agency through which Canadians enjoy the benefit of a competitive economy. That is generally your mandate. You operate within a legislated framework.

Do you have the latitude to do the work you feel is within your mandate given the marketplace today and the shifting sands of the media environment? Do you feel that your mandate and framework are adequate for dealing with the situation in the media world in which we are living today?

**Mr. Jorré:** In terms of what the law asks us to look at, the law is suitable for the review of merger transactions. We have the analytical tools to deal with it in an economic sense. Yes.

**Senator Johnson:** That aspect of it is working well for you?

**Mr. Jorré:** Yes.

**Senator Johnson:** It could very well change with the times, could it not? Is there anything you can see that would enhance it? One wants to go back 35 years; I want to go ahead 35 years.

**M. Jorré:** En ce qui a trait à la documentation que vous demandez, nous verrons ce que nous pouvons trouver. Je sais qu'il existe une étude — j'espère que nous pourrions trouver la référence — qui a été réalisée par un institut d'Oxford et qui porte sur la législation des médias en Europe. Je ne sais pas si nous en avons conservé une copie, mais j'espère que nous pourrions trouver la référence.

Pour ce qui est de votre question, nous serons enchantés de vous envoyer ce que nous pouvons. Je dois seulement ajouter que nous ne pouvons vous fournir que ce qui est du domaine public. Lorsque nous n'intervenons pas, il n'y a pas grand-chose qui soit du domaine public. En passant, je pense que l'affaire *Irving* s'est passée dans les années 70. Je vous signalerai que dans cette affaire, qui portait sur le fait que la famille *Irving* était propriétaire de la totalité des journaux de langue anglaise de la province du Nouveau-Brunswick, s'est déroulée au moment où la loi était entièrement du ressort criminel. Le Bureau de la concurrence — ou son prédécesseur, le Bureau des enquêtes et des recherches — a mené l'affaire jusqu'à la Cour suprême du Canada, qui a jugé que la preuve d'un monopole criminel n'avait pas été faite. C'était avant que nous ayons des dispositions pour l'examen des fusions au civil.

**La présidente:** Merci. Effectivement, nous ne vous demandons pas d'enfreindre les exigences en matière de confidentialité. Toutefois, par exemple, vous venez juste de nous faire part de votre raisonnement dans le cas du marché de Vancouver. Je pense que tout cela est déjà du domaine public; ainsi, tout ce que vous pouvez nous donner nous sera extrêmement utile pour nous aider à mieux comprendre ce qui se passe.

**M. Jorré:** Nous serons enchantés de le faire.

**Le sénateur Johnson:** Vous êtes un organisme d'application de la loi indépendant grâce auquel les Canadiens peuvent jouir d'une économie concurrentielle. Il s'agit, de façon générale, de votre mandat. Vous fonctionnez dans un cadre qui a été établi par la loi.

Avez-vous la latitude nécessaire pour faire le travail que vous estimez correspondre à votre mandat face au marché actuel et aux véritables sables mouvants que constitue le milieu des médias? Estimez-vous que votre mandat et votre cadre de travail sont appropriés pour faire face à la situation actuelle dans l'univers des médias?

**M. Jorré:** Compte tenu de ce que la loi nous demande de faire, elle convient pour l'étude des transactions portant sur les fusions. Nous avons les outils analytiques nécessaires pour faire face à ce travail, dans un sens économique. Oui.

**Le sénateur Johnson:** Cet aspect de la loi vous convient?

**M. Jorré:** Oui.

**Le sénateur Johnson:** Mais cela pourrait très bien changer avec les époques, n'est-ce pas? Y a-t-il quelque chose que vous voyez qui pourrait améliorer la loi? Quelqu'un veut revenir 35 ans en arrière; moi, je voudrais aller 35 ans en avant.



**Mr. Jorré:** The framework is not rigid insofar as the general principles that apply to the market as you find it. It is always applied to the evolving market. You do not really need to change our law to deal with a changing market because the law itself is framework. It is not a rigid set of rules.

**Mr. Sagar:** We are consulting on amendments to the act to strengthen the civil provisions. If someone engages in a pricing practice that is against our civil provisions, the tribunal can only say, "Stop it."

We have worked very hard to make the practices clear. There is no excuse for businesses to be going against them now.

It has been recommended that the tribunal have the ability to impose administrative monetary penalties and that consumers have the right to restitution and the ability to take civil action. These steps would bring the act up to date and give it greater effect. Consultation is underway on those.

**Senator Johnson:** Particularly for the consumer.

**The Chairman:** The Canadian market is not large, certainly not in comparison to our nearest neighbour and the other G7 countries. Given that we are not that big a market and that we are next door to a gigantic neighbour, are there more economic grounds in Canada than there might be in some other countries for allowing a greater degree of concentration of ownership or of cross-media ownership?

**Mr. Sagar:** Generally, you would have to examine it on a case-by-case basis. There is no a priori reason to believe that there is not sufficient scale in Canada to support a strong industry. We have seen an expansion of the cultural activities, which have been aided and abetted by government policies and CRTC efforts to bolster these things, including licensing restrictions and the funding of production. These things can all help.

Virtually every advanced western economy has a program of support, with the exception of our friends to the South, which has other advantages that are being exploited. We can, and do, have a very vibrant broadcasting system with a significant amount of Canadian content.

People are more or less happy with that, but is that an indication that we do or do not have the scale? We probably do have the scale to deal with that.

**The Chairman:** It has been suggested before this committee, and I am sure elsewhere, that the great public policy trade-off decision made some time ago was that Canada would exclude foreign ownership from its media. In exchange, we would have more concentrated ownership and more cross-media ownership than is permitted in some other jurisdictions.

**M. Jorré:** Le cadre de travail n'est pas rigide en ce qui a trait aux principes généraux qui s'appliquent au marché tel qu'il se trouve. Il est toujours appliqué au marché en évolution. Vous n'avez pas vraiment besoin de changer la loi qui nous régit pour faire face à un marché changeant, parce que la loi elle-même est un cadre de travail. Il ne s'agit pas d'un ensemble de règles rigides.

**M. Sagar:** Nous faisons des consultations sur les modifications à apporter à la loi pour renforcer les dispositions qui s'appliquent au civil. Si quelqu'un utilise des pratiques de fixation des prix qui vont à l'encontre des dispositions civiles, le tribunal ne peut que lui dire de mettre fin à ces pratiques.

Nous avons travaillé très fort pour bien faire connaître ces pratiques. Il n'y a plus d'excuse pour que les entreprises ne respectent pas les règles.

Il a été recommandé que le tribunal ait la capacité d'imposer des sanctions financières administratives et d'accorder un droit de restitution aux consommateurs qui, en plus, auraient la possibilité d'entreprendre des poursuites au civil. Ces mesures auraient pour effet de mettre la loi à jour et de lui donner plus d'effet. Des consultations sont en cours sur ces questions.

**Le sénateur Johnson:** Particulièrement pour le consommateur.

**La présidente:** Le marché canadien n'est pas très grand, du moins si l'on compare avec celui de notre voisin le plus rapproché et ceux des autres pays du G-7. Étant donné que nous ne sommes pas un marché très grand et que nous côtoyons un véritable géant, le Canada serait-il plus justifié que d'autres pays de permettre un plus grand degré de concentration de la propriété ou de propriété multi-média?

**M. Sagar:** Généralement, il faudrait faire un examen au cas par cas. À priori, il n'y a aucune raison de croire que la taille du marché au Canada n'est pas suffisante pour soutenir une industrie solide. Nous avons vu un élargissement des activités culturelles qui ont été appuyées et encouragées par les politiques du gouvernement et par les efforts du CRTC pour renforcer leur position, y compris l'établissement de restrictions sur les permis et l'aide financière à la production. Toutes ces mesures peuvent aider.

Presque toutes les économies occidentales avancées ont un programme d'aide, à l'exception de nos amis du Sud qui peuvent exploiter d'autres avantages. Nous pouvons avoir, et nous avons, un système de radiodiffusion très vivant qui comporte un contenu canadien important.

Les gens sont plus ou moins heureux de cette situation, mais est-ce là une indication que nous avons ou que nous n'avons pas la taille suffisante? Nous avons probablement la taille pour faire face à cette situation.

**La présidente:** On a laissé entendre devant le présent comité, et je suis sûre qu'on l'a fait ailleurs, que la grande décision de compromis en matière de politique publique qui a été prise il y a un certain temps était que le Canada exclurait la propriété étrangère dans ses médias et qu'en échange, nous aurions une plus grande concentration et une plus grande propriété multi-média que ce qui est permis dans d'autres pays.

You have suggested, with due circumspection, that it would be well worth allowing a greater degree of foreign ownership. If that were so, do you think there should be a new trade-off?

Are you saying that the seesaw should shift and we should have more foreign ownership and less local concentration, or are you saying that you are in favour of an easing of restrictions?

**Mr. Jorré:** There are advantages to liberalization. Often, for someone selling significant assets — broadcast or newspaper assets — there are not many buyers. There is a strong chance that the buyer will be another big media enterprise, which raises many issues. If it raises issues under our act, we will ensure that competition is maintained. If for other reasons the government wishes a more diverse ownership, you should have more potential buyers in order to potentially have a sale to someone who does not have the same amount of media assets in this country. That is certainly a potential advantage. Weighing that with all the greater issues is really a question for Parliament and the government to consider in light of where you want to go.

We see in all the industries with ownership restrictions, broadcast or otherwise, that when you are trying to find another buyer the possibilities are often quite limited. That is not helpful in maintaining competition. There would be better solutions from a competition perspective, if you had these other buyers available.

**The Chairman:** I understand that neither of you wants to commit your institution. Let me ask you both as citizens, would you be in favour of unrestricted foreign entry into the news media, or do you think there should be a greater liberalization with some control?

**Mr. Jorré:** I have to answer that in my position as acting commissioner. I am not here as a citizen.

Those are very important policy questions that really are for Parliament and the government to decide, not for me speaking as Acting Commissioner of the Competition Bureau.

**The Chairman:** Mr. Sagar, do you want to take a whack?

**Mr. Sagar:** Let me answer not as a citizen but from a public policy point of view. In answering that sort of question you have to ask yourself if you are accomplishing that which you want to accomplish through limits on foreign ownership? Is it helping you get what you need, or are you suffering the loss of the limits without obvious gains? Do you have more efficient tools to accomplish your end?

Vous avez laissé entendre, avec toute la circonspection qui s'impose, qu'il vaudrait peut-être bien la peine de permettre un plus grand degré de propriété étrangère. Si tel est le cas, croyez-vous qu'il faudrait revoir le compromis?

Dites-vous qu'il faudrait faire un virage et que nous devrions avoir plus de propriété étrangère et moins de concentration locale ou dites-vous que vous êtes en faveur d'un assouplissement des restrictions?

**M. Jorré:** La libéralisation comporte des avantages. Souvent, lorsque quelqu'un veut vendre des actifs importants — dans le domaine de la presse ou de la radiodiffusion —, il n'y a pas beaucoup d'acheteurs. Il y a de fortes chances que l'acheteur soit une grande entreprise de médias, ce qui soulève de nombreuses questions. Si les questions soulevées sont assujetties à la loi qui nous régit, nous nous assurons que la concurrence est maintenue. Si, pour d'autres raisons, le gouvernement désire une propriété plus diversifiée, vous devriez avoir plus d'acheteurs potentiels de manière à courir la chance que la vente se fasse à quelqu'un qui n'a pas autant d'actifs dans le domaine des médias dans notre pays. Il s'agit là certainement d'un avantage potentiel. Soupeser ce facteur avec toutes les autres grandes questions est un travail qui relève du Parlement et du gouvernement à la lumière de ses intentions.

Nous voyons dans le cas de toutes les industries où la propriété étrangère est limitée, que ce soit dans le domaine de la radiodiffusion ou ailleurs, que lorsque vous essayez de trouver un nouvel acheteur, les possibilités sont bien souvent limitées. Ce n'est pas une situation qui aide à maintenir la concurrence. Il serait préférable, du point de vue de la concurrence, d'avoir accès à d'autres acheteurs.

**La présidente:** Je comprends que ni l'un ni l'autre d'entre vous ne veuille engager votre établissement. Laissez-moi vous demander, à tous les deux, à titre de citoyens, seriez-vous favorables à l'idée qu'il n'y ait plus de limite à la propriété étrangère dans les médias ou croyez-vous qu'il devrait y avoir une plus grande libéralisation accompagnée d'un certain contrôle?

**M. Jorré:** Je dois répondre à cette question en ma qualité de commissaire intérimaire. Je ne suis pas ici à titre de citoyen.

Nous touchons ici à des questions de politique très importantes qu'il appartient vraiment au Parlement et au gouvernement de trancher, et non à moi qui parle à titre de commissaire intérimaire du Bureau de la concurrence.

**La présidente:** Monsieur Sagar, voulez-vous tenter une réponse?

**M. Sagar:** Laissez-moi répondre, non pas du point de vue du citoyen, mais d'un point de vue de politique publique. Lorsque vous devez répondre à ce genre de question, vous devez vous demander si vous parvenez à réaliser vos objectifs par le biais des restrictions sur la propriété étrangère? Est-ce que cela vous aide à obtenir ce que vous recherchez ou devez-vous subir les contre-coups de ces restrictions sans obtenir de gains évidents? Avez-vous des outils plus efficaces pour réaliser votre objectif?



For example, could you protect our cultural diversity and Canadian national identity strictly through licensing requirements, broadcast content and promotion of film and television products? If so, you are suffering the economic costs of restricting ownership for no real gain. That is probably not a smart thing to do. You are also losing the potential diversity of foreign owners entering the market and bringing other ideas, technologies and content to you.

However, those are public policy question that must be asked. Is this an effective tool? Do you have better and more efficient tools to accomplish the same thing? That is why you are senators and we are witnesses.

**The Chairman:** Thank you very much.

[Translation]

Mr. Jorré and Mr. Sagar, thank you very much, this has been very interesting and we are grateful to you for your openness and for sharing your expertise. We will await the documents you will be sending us with anticipation.

The committee adjourned.

---

OTTAWA, Thursday September 25, 2003

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications is meeting today at 10:50 a.m. to examine the current state of Canadian media industries; emerging trends and developments in these industries; the media's role, rights, and responsibilities in Canadian society; and current and appropriate future policies relating thereto.

**Senator Joan Fraser (Chairman)** in the chair.

[Translation]

**The Chairman:** Welcome to all — senators, our witnesses, members of the public, television viewers — to this meeting of the Standing Senate Committee on Transport and Communications, that is studying the state of the Canadian news media.

The committee is continuing its study by asking questions on the role that the State should play to help ensure that our news media remain healthy, independent and diverse, in light of the tremendous changes that have occurred in this area in the past few years such as globalization, technological change, convergence and concentration of ownership.

[English]

This week, we are hearing from government regulators. On Tuesday, we heard from the Competition Bureau, and today we welcome representatives of the CRTC, the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission.

Par exemple, pouvez-vous protéger la diversité culturelle et l'identité nationale strictement à partir d'exigences en matière de permis, de contenu canadien diffusé et de promotion de produits liés au cinéma et à la télévision? Si tel est le cas, au plan économique, vous payez le prix lié au fait de restreindre la propriété sans obtenir de gains réels en échange. Ce n'est probablement pas une chose intelligente à faire. Vous perdez également la diversité potentielle au niveau des idées, de la technologie et du contenu que des propriétaires étrangers qui arriveraient sur le marché canadien pourraient apporter avec eux.

Cependant, il s'agit là de questions de politique publique que l'on doit poser. S'agit-il d'un outil efficace? Avons-nous un outil meilleur et plus efficace pour faire la même chose? C'est pourquoi vous êtes sénateurs et nous témoins.

**La présidente:** Merci beaucoup.

[Français]

Monsieur Jorré et monsieur Sagar, merci beaucoup. Cela a été très intéressant et nous sommes reconnaissants de votre franchise et de votre expertise. Nous allons attendre avec impatience les documents que vous allez nous envoyer.

La séance est levée.

---

OTTAWA, jeudi le 25 septembre 2003

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 10 h 50, pour faire l'étude de l'état actuel des industries de médias canadiennes; les tendances et les développements émergeants au sein de ces industries; le rôle, les droits, et les obligations des médias dans la société canadienne; et les politiques actuelles et futures appropriées par rapport à ces industries

**Le sénateur Joan Fraser (présidente)** occupe le fauteuil.

[Français]

**La présidente:** Bienvenue à tout le monde — les sénateurs, nos témoins, les membres du public, les téléspectateurs — à cette réunion du Comité sénatorial permanent des transports et des communications, qui étudie les médias canadiens d'actualité.

Le comité continue son étude en se posant des questions sur le rôle que l'État devrait jouer pour aider nos médias d'actualité à demeurer vigoureux, indépendants et diversifiés, dans le contexte des bouleversements qui ont touché ces domaines au cours des dernières années, notamment, la mondialisation, les changements technologiques, la convergence et la concentration de la propriété.

[Traduction]

Nous entendons cette semaine les responsables de la réglementation gouvernementale. Mardi, nous avons reçu le Bureau de la concurrence, et nous accueillons aujourd'hui les représentants du CRTC, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes.

We are joined by Mr. Charles Dalfen, Chairperson of the commission, Ms. Andrée Wylie, Vice-Chairperson, Broadcasting, and Mr. Marc O'Sullivan, Executive Director, Broadcasting Directorate. Thank you all for being with us. Our format, as I am sure you know, is an opening statement from the people who are appearing, and then a question period.

[Translation]

**Mr. Charles Dalfen, Chairperson, Canadian Radio-television and Telecommunications Commission:** We are pleased to appear before you as you continue your review of the current state of Canada's media industries.

I have been following the testimony of other witnesses and I understand the difficult challenge you face as a committee.

[English]

A number of the issues you are dealing with are ones that the CRTC must contend with on a daily basis. Because of our limited time together, I will focus today on how the CRTC deals with issues of ownership concentration in broadcasting and cross-media ownership, and how we seek to ensure and maintain a diversity of voices in Canadian broadcasting.

Our mandate is spelled out in the Broadcasting Act, which sets out the broadcasting policy for Canada. The act declares, among its other objectives, that the Canadian broadcasting system and its programming should serve to safeguard, enrich and strengthen the cultural, political, social and economic fabric of Canada; encourage the development of Canadian expression by providing a wide range of programming that reflects Canadian attitudes, opinions, ideas, values and artistic creativity; and provide a reasonable opportunity for the public to be exposed to the expression of differing views on matters of public concern.

In addressing applications before us that raise issues of cross-media ownership or media concentration, the commission seeks to give effect to these objectives while at the same time trying to balance them against the others set out in the act. Unless an applicant is ineligible to hold a broadcasting licence by virtue of a direction of the Governor in Council issued under the act — for example, a non-Canadian entity or, between 1982 and 1985, an owner of a newspaper in the same market — we must consider each application on its own merits. While cross-ownership and concentration issues are always of concern, in some cases these concerns may be counterbalanced by offsetting advantages. In other cases, such concerns are not outweighed and result in denials.

Nous avons donc M. Charles Dalfen, président du Conseil, Mme Andrée Wylie, vice-présidente à la radiodiffusion, et M. Marc O'Sullivan, directeur général de la radiodiffusion. Merci à tous d'être venus. Je suis certaine que vous connaissez notre façon de procéder: les témoins font une déclaration liminaire qui est suivie d'une période des questions.

[Français]

**M. Charles Dalfen, président, Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes:** Nous sommes heureux d'avoir l'opportunité de comparaître devant vous dans le cadre de l'étude que vous avez entreprise sur l'état actuel des industries canadiennes des médias.

J'ai suivi avec intérêt d'autres témoignages et je comprends les défis difficiles auxquels votre comité est confronté.

[Traduction]

Plusieurs des défis auxquels vous devez faire face font également partie de ceux auxquels le Conseil est confronté quotidiennement. Puisque le temps qui m'est alloué est limité, je me concentrerai aujourd'hui sur la façon dont le Conseil traite des questions de concentration de propriété en radiodiffusion et de propriété croisée, et sur la façon dont nous assurons et maintenons la diversité des voix dans le secteur de la radiodiffusion canadienne.

La Loi sur la radiodiffusion définit notre mandat et énonce les objectifs de la politique canadienne sur la radiodiffusion. Parmi ces objectifs, la loi précise que le système canadien de radiodiffusion ainsi que sa programmation devraient servir à sauvegarder, enrichir et renforcer la structure culturelle, politique, sociale et économique du Canada; favoriser l'épanouissement de l'expression canadienne en proposant une très large programmation qui traduise des attitudes, des opinions, des idées, des valeurs et une créativité artistique canadiennes; et, dans la mesure du possible, offrir au public l'occasion de prendre connaissance d'opinions divergentes sur des sujets qui l'intéressent.

Lorsqu'il étudie les demandes qui lui sont soumises et qui soulèvent des préoccupations liées à la propriété croisée ou à la concentration des médias, le Conseil s'assure du respect de ces objectifs, tout en tentant de trouver un équilibre entre ceux-ci et les autres objectifs énoncés dans la loi. À moins qu'un requérant ne soit pas admissible à détenir une licence de radiodiffusion, en vertu d'une directive émise par le gouverneur en conseil conformément à notre loi (par exemple une entité qui n'est pas canadienne ou bien, entre 1982 et 1985, le propriétaire d'un journal dans le même marché), nous devons évaluer chaque demande selon ses mérites. Bien que les questions de propriété croisée et de concentration nous préoccupent constamment, dans certains cas, elles peuvent être contrebalancées par des avantages qui compensent. Dans d'autres cas, elles ne le sont pas et se soldent par un refus.



*[Translation]*

In July of this year, for example, the CRTC refused approval for TVA, a subsidiary of Quebecor, to purchase seven AM and one FM radio stations from Astral Media Inc. On balance, the commission was not convinced that the recovery strategy for AM radio in Quebec proposed by the applicant and its eventual benefits would significantly outweigh the concerns about concentration of ownership and media cross-ownership raised by the application.

On the other hand, in April 2002, the CRTC approved a transaction that transferred control of these stations to Astral Radio Inc.

In this case, in view of the decline in the financial situation of French-language AM radio in recent years, the commission was convinced that the synergies that Astral Media identified between its AM and FM operations would revitalize the whole of French-language radio and would ensure greater long-term stability for AM radio in particular.

The commission also considered that the applicant's plan to give the local AM station in each market a central role in the collection and processing of news, would better serve both AM listeners and listeners of local FM stations Radio Énergie and Radio Rock Détente.

The commission therefore concluded that, all things considered, the benefits to be derived from the transaction, particularly for French-language radio, outweighed concerns related to the increased ownership in the hands of Astral.

And in the summer of 2001, the CRTC issued a decision that transferred effective control of TVA to Quebecor Media Inc. On this occasion, despite concerns over cross-media ownership, the commission was convinced that this proposal would ensure the ongoing growth and improvement of TVA's national French-language television network and its other regulated activities.

*[English]*

In cases where we deem cross-ownership issues to be offset by other advantage, we nevertheless establish safeguards to ensure that ownership concentration does not reduce the number of news and information sources available to the public. For instance, to protect the independence of the various news outlets and information sources that would be affected by the Québecor transaction, the commission also accepted safeguards that were proposed by the applicant that included adherence to a code of professional conduct applicable to TVA, LCN and LCN Affaires, and the establishment of a monitoring committee to deal with possible complaints.

Also in 2001 the commission addressed cross-media ownership issues in regard to the two largest media ownership groups in English Canada when it renewed the licences of CTV Inc. and CanWest Global Communications. In all of these cases, the

*[Français]*

Par exemple, en juillet dernier, le Conseil a refusé la demande de TVA, une filiale de Québecor, en vue d'acquiescer de l'entreprise Astral Média inc. sept stations de radio AM et FM. Le Conseil n'a pas été convaincu que le plan de relance de la radio AM au Québec, proposé par la requérante, ainsi que ses avantages potentiels, contrebalanceraient de façon significative les préoccupations liées à la concentration de la propriété et la propriété croisée des médias que ces demandes avaient soulevées.

Par ailleurs, en avril 2002, dans une décision touchant la question de la concentration des médias, le Conseil a approuvé une transaction portant sur le transfert du contrôle de Télémedia Radio Atlantique inc. et de Radiomédia inc. à Astral Radio inc.

Dans ce cas, compte tenu de la détérioration de la situation financière de la radio AM de langue française au cours des dernières années, le Conseil était convaincu que les synergies proposées par Astral Média entre le AM et le FM apporteraient un nouveau dynamisme à la radio de langue française dans son ensemble, et assurerait une plus grande stabilité à long terme à la radio AM.

Le Conseil a également tenu compte du projet de la requérante d'accorder un rôle central à la station AM locale de chaque marché, dans la cueillette et le traitement de l'information, afin de desservir autant les auditeurs de AM que ceux des stations FM locales, de Radio-énergie et de Radio Rock-Détente.

Le Conseil a donc conclu que, tout compte fait, les avantages qui découlaient de cette transaction, notamment pour le secteur de la radio de langue française, l'emportaient sur les avantages éventuels pouvant découler d'une augmentation de la propriété d'Astral Média.

À l'été 2001, le Conseil publiait une décision qui transférerait le contrôle effectif de TVA à Québecor Média inc. Dans ce cas, malgré les préoccupations concernant la propriété croisée des médias, le Conseil était convaincu que cette proposition allait assurer la croissance et l'amélioration du réseau national de télévision de langue française de TVA et de ses autres activités réglementées.

*[Traduction]*

Dans les cas où nous concluons que la propriété croisée est compensée par des avantages, nous établissons néanmoins des garanties afin que la concentration de propriété ne réduise pas le nombre de sources de nouvelles et d'information offertes au grand public. Par exemple, afin de protéger l'indépendance des diverses sources de nouvelles et d'information touchées par la transaction impliquant Québecor, le Conseil a accepté les mesures de sauvegarde proposées par la requérante, incluant le respect d'un code de déontologie applicable à TVA, LCN et LCN Affaires et la mise en place d'un comité de surveillance chargé de traiter les plaintes éventuelles.

Également en 2001, le Conseil s'est prononcé sur la propriété croisée des médias à l'égard des deux plus grands groupes de propriétaires de médias au Canada anglais, lorsqu'il a renouvelé les licences de CTV Inc. et de CanWest Global. Dans tous ces cas,

commission imposed a number of safeguards as conditions of licence. These require maintaining separate and independent news management and presentation structures for TV stations separate and distinct from those of affiliated newspapers; requiring decisions on journalistic content and presentation for television to be made solely by television news management; prohibiting television news managers from sitting on editorial boards of any affiliated newspapers, and vice versa; establishing monitoring committees to deal with complaints from any source; and reporting to the commission on an annual basis on any complaints received.

In addition to trying to prevent a reduction in the number of sources of news and information available to Canadians, we have also been quite active in trying to increase the diversity of voices in the Canadian broadcasting system. Over the past five years, the commission has licensed seven new television stations and 35 radio services across Canada. The number of specialty channels is above 100 today.

[Translation]

Last October, in an effort to add to the sources of local programming, the commission released a new policy framework for community-based media. The policy sets new requirements for the cable community channel, with particular emphasis on local programming and access for community groups.

It also creates new classes of licence for community television services. One such station, Télémag, has already been approved in Quebec City. Another application for a new community television station in Leamington, Ontario is now being considered by the commission. We are confident that our approach will provide communities across the country with opportunities to create new local television services and programming that will reflect their needs and concerns.

[English]

In July of this year, the commission strengthened local, independently owned, small-market television stations by providing access to satellite distribution for most of them and by establishing a new fund to help all of these stations meet their commitments to local programming.

In addition to licensed services, Canadians have numerous foreign sources of news and information available to them by cable and by satellite, and many more sources are available to the almost 70 per cent of Canadians with access to the Internet.

I hope these remarks are helpful. All of us at the CRTC are looking forward to your forthcoming report and recommendations. My colleagues and I would now be pleased to answer questions.

le Conseil a imposé plusieurs mesures de protection comme conditions de licence. Les exigences étaient de conserver pour leurs opérations de télévision des structures de présentation et de gestion des nouvelles séparées et indépendantes qui soient distinctes de celles de tous leurs journaux affiliés; que les décisions ayant trait au contenu et à la présentation des nouvelles soient prises uniquement par la direction des nouvelles pour la télévision; que les directeurs des nouvelles ne siègent à aucun comité de rédaction de leurs journaux affiliés et vice versa; de mettre sur pied un comité de surveillance chargé de traiter toutes les plaintes; et d'informer annuellement le Conseil de toutes les plaintes reçues.

En plus de tenter de prévenir la diminution des sources de nouvelles et d'information offertes aux Canadiens, nous nous sommes également employés à hausser la diversité des voix du système canadien de radiodiffusion. Au cours des cinq dernières années, le Conseil a accordé des licences pour exploiter quatre nouvelles stations de télévision et 35 services radiophoniques à travers le Canada. Il y a aujourd'hui plus de 100 canaux spécialisés.

[Français]

En octobre dernier, en vue d'ajouter de nouvelles sources de programmation locale, le Conseil a publié un nouveau cadre de politique sur les médias communautaires. Cette politique établit de nouvelles exigences pour les canaux communautaires des câblodistributeurs, mettant particulièrement l'emphase sur la programmation locale et l'accès pour les groupes communautaires.

Elle crée également de nouvelles classes de licences pour la télévision. Une station de ce type, Télémag, a déjà reçu l'approbation du conseil à Québec. Le Conseil étudie actuellement une autre demande pour une licence de télévision communautaire à Leamington, en Ontario. Nous sommes persuadés que cette approche permettra aux communautés de notre pays de créer de nouveaux services de télévision locale, à but lucratif et à but non lucratif, qui produiront une programmation qui reflètera les besoins et les préoccupations de leur communauté.

[Traduction]

Cette année, en juillet, le Conseil a renforcé les stations de télévision locales indépendantes situées dans les petits marchés en permettant à la plupart d'entre elles d'avoir accès à la distribution par satellite et en créant un nouveau fonds pour les aider à respecter leurs engagements en matière de programmation locale.

En plus des services titulaires d'une licence, les Canadiens jouissent de nombreuses sources de nouvelles et d'information étrangères, offertes par câble et par satellite. Et de nombreuses autres sources rejoignent 70 p. 100 des Canadiens par Internet.

J'espère que ces brefs propos vous seront utiles. Nous sommes tous impatients, au CRTC, de prendre connaissance de votre rapport et de vos recommandations. Mes collègues et moi-même serons maintenant heureux de répondre à vos questions.



**The Chairman:** Thank you very much, Mr. Dalfen. Indeed, we do have questions.

**Senator Graham:** I had at one time a bit of a career, and a very checkered career, that was associated with broadcasting. I have more than a passing interest in the work of the CRTC.

I notice that Ms. Wylie is Vice-Chairperson of Broadcasting and Mr. O'Sullivan is Executive Director of Broadcasting Directorate. How do you differentiate between responsibilities in terms of broadcasting and the broadcasting directorate?

**Mr. Dalfen:** That is an interesting question and my colleagues may wish to add to whatever scurrilous remarks I make on the subject.

Mr. O'Sullivan is the chief of staff of the Broadcasting Directorate. The commission is divided into five divisions or directorates, telecommunications and broadcasting being the operational and largest chunks.

Mr. O'Sullivan is the head of the broadcasting directorate. As you know, we have two acts that will give effect to and implement the Telecommunications Act and the Broadcasting Act, and so they take their marching orders from the acts and the regulations under those acts. We also have the secretary general, who handles corporate matters, broadly speaking: finance, human resources and so on. We also have a communications branch and, last but by no means least, the legal branch. That is the structure of the commission. Mr. O'Sullivan heads up one of the two major operational branches.

The vice-chair of broadcasting sits at the commission level. Although she does not have nominal executive responsibility, she is a vital assistant to me in my work in discharging executive responsibilities, as well as overseeing many of the files and, under our bylaws, chairs the broadcast committee of the commission that looks into the routine matters regarding the scheduling of hearings and the approval of what we call routine applications. In that sense, she has a very active role in the commission and, in an indirect way, the broadcasting staff reports to her for those activities. Overall, they report to me as CEO.

**Senator Graham:** The CRTC came into being by an act of Parliament in 1968. Prior to that, your predecessor was the Board of Broadcast Governors, the BBG. Have the terms of reference changed much between the BBG and CRTC? Presumably they would evolve over the years, but could you explain if there are any essential components that we should be aware of?

**Mr. Dalfen:** I guess the major difference is that the BBG made recommendations to the cabinet while the CRTC makes decisions as to licences that are, in effect, binding under the act. I gather that the BBG held hearings on competitive applications. I think CFTO was licensed by the BBG in 1960 or 1961 on that basis, but they did not have the power of deciding the matter. They would

**La présidente:** Merci beaucoup, monsieur Dalfen. Nous avons en effet des questions à vous poser.

**Le sénateur Graham:** À une époque, j'ai fait un peu carrière, avec un succès très relatif, dans le domaine de la radiodiffusion. Je m'intéresse beaucoup à ce que fait le CRTC.

J'ai remarqué que Mme Wylie est vice-présidente à la radiodiffusion et que M. O'Sullivan est directeur général de la radiodiffusion. Comment partagez-vous les attributions entre la vice-présidence à la radiodiffusion et la Direction générale de la radiodiffusion?

**M. Dalfen:** C'est une question intéressante et mes collègues voudront peut-être ajouter des précisions aux observations approximatives que je vais faire sur le sujet.

M. O'Sullivan est le chef d'état-major de la Direction générale de la radiodiffusion. Le Conseil est divisé en cinq divisions ou directions générales, les télécommunications et la radiodiffusion étant les divisions opérationnelles et aussi les plus gros morceaux.

M. O'Sullivan est à la tête de la direction générale de la radiodiffusion. Comme vous le savez, nous sommes régis par deux lois, la Loi sur les télécommunications et la Loi sur la radiodiffusion, et nos employés guident donc leur conduite sur ces lois et les règlements pris aux termes de ces lois. Nous avons aussi le secrétaire général, qui s'occupe des affaires corporatives, de façon générale: les finances, les ressources humaines, et cetera. Nous avons aussi une direction générale des communications, et enfin, et non la moindre, la direction générale des affaires juridiques. Voilà la structure du Conseil. M. O'Sullivan dirige l'une des deux grandes directions opérationnelles.

La vice-présidente à la radiodiffusion est membre du Conseil comme tel. Bien qu'elle n'ait pas en théorie de responsabilités de cadre, elle me seconde d'une manière essentielle dans l'exercice de mes attributions à la haute direction, en plus de superviser elle-même de nombreux dossiers; de plus, aux termes de notre charte, elle préside le Comité de la radiodiffusion du Conseil, qui s'occupe des affaires courantes concernant le calendrier des audiences et l'approbation de ce que nous appelons les demandes courantes. En ce sens, elle joue un rôle très actif au Conseil et, d'une manière indirecte, les employés qui s'occupent de radiodiffusion relèvent d'elle pour leurs activités dans ce domaine. Globalement, ils relèvent de moi à titre de chef de la direction.

**Le sénateur Graham:** Le CRTC a été créé par une loi adoptée par le Parlement en 1968. Avant cette date, votre prédécesseur était le Bureau des gouverneurs de la radiodiffusion, le BGR. Le mandat a-t-il beaucoup changé entre le BGR et le CRTC? On peut supposer qu'il a évolué au fil des années, mais pourriez-vous nous expliquer s'il y a des éléments essentiels que nous devrions connaître?

**M. Dalfen:** Je suppose que la principale différence est que le BGR faisait des recommandations au Cabinet, tandis que le CRTC rend des décisions sur les licences et que ces décisions sont exécutoires aux termes de la loi. Je crois que le BGR tenait des audiences sur des demandes concurrentes. Par exemple, CFTO a obtenu une licence du BGR en 1960 ou 1961 selon cette formule,

make their recommendation to the cabinet. I could stand corrected, but I would have thought that on major licensing decisions, their advice was followed a good deal of the time by the cabinet.

**Senator Graham:** On Tuesday, we had the Competition Bureau before us, and reference was made by yours truly to a statement that was made by the Competition Bureau before the Canadian Heritage Committee in the other place in May of 2002. I will quote one line from that testimony. This is from the Competition Bureau. "At the same time, the CRTC review of broadcasting transactions should focus solely on the impact that mergers would have on core cultural values and the diversity of voices." Obviously, the CRTC should not review broadcasting transactions from the perspective of commercial viability.

I was startled, or surprised if not startled, by that conclusion on the part of the Competition Bureau. I remember in another life, in another part of my career years ago, I was the general manager of a news broadcasting station in Ontario. There was an application before the then-BBG by a company to establish a new FM station in the area which some of us thought would impact negatively on the commercial viability of the existing stations, and the BBG ruled in our favour. Yet, the Competition Bureau seems to think that you do not have any role under your mandate to take into consideration the commercial viability or what will happen in the marketplace, but that you should be solely concerned with the cultural aspect of the application.

I am wondering if you have a difference of opinion or whether you would like to make some comments on that point.

**Mr. Dalfen:** I did read that, and I guess I would make two comments. First, it is inconceivable to me that we could either award new licences or examine the complaints of the kind you just mentioned without having the ability to assess the market's ability to absorb new stations and what the market actually is. We do it routinely and have done it for 35 years. I dare say the BBG did it before us when it looked at these. Indeed, we would actually welcome the Competition Bureau's input into those kinds of proceedings. I gather from the transcript that they choose not to intervene as regards specific applicants, and I can well understand that, but the threshold issue we look at in a new licensing application is not who should we pick but whether the market can absorb a new licensee or two or three. On that question, I would have thought that the Competition Bureau could be very helpful. Under their own act, they do have the authority to make such representations before us, and we would encourage them to do that.

The second comment is that I think the interface document was referred to, which was an effort by the then-chair of the CRTC and the then-director of the bureau to try to be helpful by

mais le bureau n'avait pas le pouvoir de décision. Il formulait des recommandations au Cabinet. On me reprendra si je me trompe, mais je crois que son avis sur les grandes décisions relativement aux licences était le plus souvent suivi par le Cabinet.

**Le sénateur Graham:** Mardi, nous avons entendu les représentants du Bureau de la concurrence, et à cette occasion, j'ai moi-même fait allusion à une déclaration faite par le Bureau de la concurrence devant le Comité du patrimoine canadien de l'autre endroit en mai 2002. Je vais citer une ligne de ce témoignage. Je cite le représentant du Bureau de la concurrence: «D'autre part, le CRTC devrait se pencher uniquement sur l'impact qu'auront les fusions sur les valeurs culturelles et la diversité des voix lors de la révision des transactions relatives à la radiodiffusion». Il dit clairement que le CRTC ne doit pas examiner les transactions relatives à la radiodiffusion sous l'angle de leur viabilité commerciale.

J'ai été renversé, ou tout au moins étonné d'entendre cette conclusion de la part du Bureau de la concurrence. Je me rappelle qu'avant d'être dans la vie publique, dans un autre volet de ma carrière, il y a des années, j'ai été directeur général d'une station qui diffusait des actualités en Ontario. Le Bureau des gouverneurs de la radiodiffusion était alors saisi d'une demande d'une compagnie qui voulait fonder un nouveau poste FM dans la région et certains d'entre nous estimions que cela nuirait à la viabilité commerciale des stations existantes, et le BGR a tranché en notre faveur. Pourtant, le Bureau de la concurrence semble croire que vous n'êtes nullement habilités, aux termes de votre mandat, à prendre en compte la viabilité commerciale ou ce qui pourrait se passer sur le marché, mais que vous devriez plutôt vous préoccuper uniquement de l'aspect culturel de la demande.

Je me demande si vous avez une divergence d'opinion ou si vous avez des observations à faire là-dessus.

**M. Dalfen:** J'ai en effet lu cette déclaration et j'ai deux commentaires à faire là-dessus. Premièrement, il m'apparaît inconcevable que nous puissions accorder de nouvelles licences ou examiner des plaintes comme celles que vous venez d'évoquer sans pouvoir évaluer la capacité du marché d'absorber de nouvelles stations, sans pouvoir examiner la nature du marché. Nous le faisons constamment depuis 35 ans. J'ose dire que le BGR le faisait avant nous quand il examinait de telles demandes. En fait, nous serions même favorables à ce que le Bureau de la concurrence participe à de telles procédures. À la lecture du compte rendu, j'ai cru comprendre que le Bureau choisit de ne pas intervenir en ce qui concerne des demandeurs particuliers, et je le comprends très bien, mais la question centrale que nous examinons dans l'étude d'une demande de nouvelle licence n'est pas de savoir qui nous devrions choisir, mais plutôt si le marché peut absorber un, deux ou trois nouveaux titulaires de licence. Sur cette question, j'aurais cru que le Bureau de la concurrence pourrait nous être très utile. Aux termes de sa propre loi habilitante, il peut faire de telles interventions devant nous et nous l'encourageons à le faire.

Ma deuxième observation, c'est que, sauf erreur, on a alors cité le document sur l'interface, qui était le fruit d'un effort de ceux qui étaient alors président du CRTC et directeur du Bureau pour



describing the relative powers of the two organizations. I will quote that document, if I may, because I think this correctly sums up the situation and possibly the dilemma that we have, because I tend to agree that it ought to be clarified. For all of the previous years, one sought approval of both agencies, whether it was acquisition or change of control in broadcasting. Until 2002, the decisions were *ad idem*, but in 2002 there was a divergence in respect of the *Astral* matter that I referred to, and this can only be said to have led to confusion and misunderstanding, so I would second the view that it should be clarified. The quotation is the following, and this is from that interface document of the two organizations:

Under the Broadcasting Act, prior approval of the commission is required for changes of control or ownership of licensed undertakings. Whereas the Bureau's examination of mergers relates exclusively to competitive effects, the commission's consideration involves a broader set of objectives under the Act. This may encompass consideration of competition issues in order to further the objectives of the Act. The Bureau's concern in radio and television broadcast markets relates primarily to the impact on advertising markets and, with respect to broadcast distribution undertakings, to the choices and prices available to consumers. The commission's concerns include those of the Bureau, except that its consideration of advertising markets relates to the broadcaster's ability to fulfill the objectives of the Act.

They are not two water-tight compartments, even as set forth in that statement, and one encompasses the other. Possibilities for confusion, therefore, arise, and hence the need for clarification. Having said that, we think they do have something to bring to our deliberations and would welcome their participation in assessing the absorbability of a new market for new radio or television stations.

**Senator Corbin:** I will follow closely on the concerns expressed by my colleague, because I had intended to broach that matter.

Would it be more efficacious and simpler for you to subsume some of the responsibilities now devolved in the bureau rather than having this back and forth exercise between both of you, one checking the other out and criticizing or even ruling, in a sense, totally opposite to what your primary considerations are? Should the government have a look at doing just that and giving you responsibilities? In other words, take the whole field of broadcasting out of the Competition Bureau and give you those responsibilities, adding them on to what you already have?

tenter de faire oeuvre utile en décrivant les pouvoirs relatifs des deux organisations. Je vais citer ce document, si vous me le permettez, parce que je crois que cela résume bien la situation et peut-être le dilemme dans lequel nous sommes, car j'incline à croire que cette situation doit en effet être tirée au clair. Pendant toutes les années précédentes, il fallait demander l'approbation des deux organismes, que ce soit pour faire une acquisition ou pour tout changement de propriété dans le domaine de la radiodiffusion. Jusqu'en 2002, les décisions étaient rendues de concert, mais en 2002, il y a eu divergence dans l'affaire *Astral* à laquelle j'ai fait allusion, et il faut bien dire que cela a jeté la confusion et créé des malentendus, et je suis donc d'accord pour dire qu'il faut tirer la question au clair. La citation est la suivante, et ce passage est tiré du document traitant de l'interface entre les deux organisations:

Aux termes de la Loi sur la radiodiffusion, l'approbation préalable du Conseil est nécessaire pour les changements de contrôle ou de propriété des entreprises titulaires de licences. Alors que l'examen du Bureau en matière de fusions porte exclusivement sur les effets de la concurrence, l'étude du Conseil prend en considération une gamme plus vaste d'objectifs définis par la loi. Elle peut notamment aborder des questions de concurrence dans le but de réaliser la politique énoncée dans la loi. En ce qui concerne les marchés de la radiodiffusion et de la télédiffusion, le Bureau se préoccupe principalement de l'incidence sur les marchés de la publicité et, en ce qui concerne les entreprises de distribution de services de radiodiffusion, des choix du consommateur et des prix qui lui sont offerts. Les préoccupations du Conseil englobent celles du Bureau, mais son étude des marchés de la publicité a trait à la capacité des radiodiffuseurs de réaliser les objectifs énoncés dans la loi.

Ce ne sont pas deux compartiments étanches, même d'après le modèle énoncé dans cette déclaration, et il y a chevauchement. Il y a donc possibilité de confusion, d'où le besoin d'apporter des précisions. Cela dit, nous croyons qu'ils peuvent effectivement contribuer utilement à nos délibérations et nous ouvrons la porte à leur participation pour ce qui est d'évaluer la capacité du marché d'absorber de nouvelles stations de radio ou de télévision.

**Le sénateur Corbin:** Je vais poursuivre dans la même veine que mon collègue, parce que j'avais justement l'intention d'aborder cette question.

Serait-il plus efficace et plus simple pour vous d'assumer certaines responsabilités qui sont actuellement attribuées au Bureau, au lieu de vous livrer à ce mouvement de va-et-vient entre vos deux organismes, l'un vérifiant et critiquant ce que fait l'autre ou rendant même des décisions qui sont, en un sens, tout à fait contraires à vos considérations primordiales? Le gouvernement devrait-il envisager d'intervenir et de vous confier ces responsabilités? Autrement dit, retirer tout le domaine de la radiodiffusion du champ d'action du Bureau de la concurrence et vous confier ces responsabilités, qui s'ajouteraient à celles que vous avez déjà?

**Mr. Dalfen:** I guess I would agree with that. We already play that role, and have to, in order to identify the ability of a market to take new stations.

The issue is whether the Competition Bureau should have a role in these regulated industries. You are probably aware of the regulated industries' defence in criminal proceedings under the Competition Act, where it is a defence to what would otherwise be an offence to say, "I am a regulated industry and I am doing it because my regulator has either authorized it or required it, and that gives me a defence against the charge that I have committed an offence."

In effect, it is a carve-out. Probably that should be clarified in both broadcasting and telecom, and that carve-out, as you suggest, should probably be considered by the political decision-makers and by the government.

**Senator Corbin:** We will pursue that further at another time with other witnesses.

The whole length of the Saint John River Valley down to St. Croix and the Bay of Fundy in New Brunswick has constant parasitic invasion of Canadian airwaves by U.S. broadcasters, who suck in a lot of Canadian advertising. What are you doing about that? Are you monitoring that situation? There seems to be more and more of it.

**Mr. Dalfen:** Are you talking now about border broadcasting stations?

**Senator Corbin:** Yes.

**Mr. Dalfen:** As you know, senator, this has been a problem for years, right across the border. Most notably, a station in Bellingham, Washington, across from Vancouver, was set up essentially to tap into the Vancouver market in television. It has set up offices in Vancouver and has been draining advertising revenues and so on. That is the most notorious one, but radio stations do this right along the border. It has been an ongoing problem.

The Income Tax Act, for many years now, has denied Canadian advertisers who advertise on these border stations the ability to deduct those expenses as legitimate under the act. That has been helpful, but it is not the end of the problem.

We try to ensure that Canadian audiences have good, solid offerings that can compete against those stations in the listening and viewing marketplace, but it is tempting for these businesses to do that and they continue to do it.

Is the situation worse or better? I would say it is no worse. I would say the major impact is still the Income Tax Act provision rather than anything else. We have no other tools to close those

**M. Dalfen:** Je crois bien que je serais d'accord avec cela. Nous jouons déjà ce rôle, nous devons le faire pour déterminer la capacité d'un marché d'accepter de nouvelles stations.

La question est de savoir si le Bureau de la concurrence devrait jouer un rôle dans ce secteur réglementé. Vous êtes probablement au courant de la défense invoquée par les industries réglementées dans des poursuites intentées au criminel au titre de la Loi sur la concurrence. Les intimés invoquent alors en défense, pour se disculper de ce qui serait autrement une infraction, l'argument suivant: «Mon secteur est réglementé et j'ai fait cela parce que le responsable de la réglementation m'a autorisé ou obligé à le faire, ce qui me disculpe de toute accusation d'avoir commis une infraction».

En fait, il s'agit d'un domaine réservé. Cela devrait probablement être précisé à la fois pour la radiodiffusion et les télécommunications, et, comme vous le dites, ce domaine particulier devrait probablement être réexaminé par les décideurs politiques et par le gouvernement.

**Le sénateur Corbin:** Nous poursuivrons cette discussion une autre fois avec d'autres témoins.

Tout au long de la vallée du fleuve Saint-Jean, au Nouveau-Brunswick, jusqu'à Sainte-Croix et la Baie de Fundy, les ondes canadiennes sont constamment envahies par des radiodiffuseurs américains parasites qui viennent accaparer une bonne part de la publicité canadienne. Que faites-vous à ce sujet? Est-ce que vous suivez cette situation de près? Le problème semble s'aggraver de plus en plus.

**M. Dalfen:** Est-ce que vous parlez de stations de radiodiffusion frontalières?

**Le sénateur Corbin:** Oui.

**M. Dalfen:** Comme vous le savez, sénateur, c'est un problème depuis des années, tout au long de la frontière. Le cas le plus notable est celui d'une station de Bellingham, dans l'État de Washington, en face de Vancouver, qui a été créée essentiellement pour se tailler un créneau dans le marché télévisuel de Vancouver. Ils ont ouvert un bureau à Vancouver et détournent des revenus publicitaires, et cetera. C'est le cas le plus flagrant, mais des stations de radio en font autant tout au long de la frontière. C'est un problème de longue date.

Depuis maintenant de nombreuses années, la Loi de l'impôt sur le revenu interdit aux annonceurs canadiens qui diffusent leurs réclames sur ces stations frontalières de déduire ces dépenses légitimement en application de la loi. Cela a été utile, mais n'a pas réglé le problème.

Nous tentons de veiller à ce que les auditoires canadiens puissent compter sur une programmation solide pouvant rivaliser avec celle de ces stations dans les domaines de la radio et de la télévision, mais il est tentant pour ces entreprises de faire cela et elles continuent de le faire.

La situation est-elle pire ou meilleure? Je dirais qu'elle n'empire pas. Je dirais que le levier le plus puissant demeure la Loi de l'impôt sur le revenu, plus que toute autre chose. Nous n'avons



stations down. Over the years discussions have been held with the FCC and so forth, but I cannot say that they have amounted to a whole lot.

**Senator Corbin:** It seems that the American broadcasters are pushing their luck. Is the North American Free Trade Agreement a consideration in this whole issue?

**Mr. Dalfen:** I do not think so. I will look to my counsel for comfort and reassurance here.

**Senator Corbin:** I ask this because this is part and parcel of competition and what have you.

**Mr. Dalfen:** The answer is no. I am not sure I can repeat the good advice he gave me. I got that answer out of it.

**Senator Corbin:** I appreciate that.

I am sure you do monitor broadcasts, but how well do you monitor broadcasts once you have delivered a licence under certain specific terms and conditions in given markets, and in consideration of the competitiveness and certainly in terms of serving the target public for which a licence was requested of you? How good is your monitoring? Do you sometimes step in to straighten things out when they do not work?

**Mr. Dalfen:** The last part of your question is the easier part. The answer is yes, we definitely do. The complaint that Senator Graham was referring to is similar to those that we get from time to time. We get complaints both with regard to territoriality and with regard to formats. In the specialty services area, where licensees are licensed as a music or a sports format or whatever, we get numerous complaints about turf encroachment. We try to monitor conditions of licence and adherence to those conditions of licence.

However, as to evaluation, we are largely complaints-driven. That is for two reasons. One is that we are the emanation of the government in people's minds. We find it difficult to take a proactive stance on what people are listening to and hearing and doing and so on. Also, we simply do not have the resources to be able to do that. We rely on complaints that are brought forward to us by licensees or by the public. We get a large number of those, and the ones that we feel are worthy of investigation, we investigate, and proceedings follow.

Invariably, when a complaint comes in about a broadcaster being off his format or whatever, he will get a copy of that complaint and be asked to comment, as a routine matter. However, the bottom line is that we are complaint- and application-driven primarily. The only other tool that we use on an ongoing basis is to gather data for our monitoring report, which we put out annually, on the state of the industry. That

aucun autre outil pour fermer ces stations. Au fil des années, des discussions ont eu lieu avec la FCC et d'autres interlocuteurs, mais je ne peux pas dire que cela a débouché sur grand-chose.

**Le sénateur Corbin:** Il me semble que les radiodiffuseurs américains exagèrent. Est-ce que l'Accord de libre-échange nord-américain est un élément qui entre en ligne de compte dans tout ce dossier?

**M. Dalfen:** Je ne le crois pas. Je vais consulter mon avocat pour m'en assurer.

**Le sénateur Corbin:** Je pose la question parce que c'est un aspect de la concurrence et de tout le reste.

**M. Dalfen:** La réponse est non. Je ne suis pas sûr de pouvoir répéter l'avis éclairé qu'il vient de me donner. J'en ai retenu cette réponse.

**Le sénateur Corbin:** Je vous en remercie.

Je suis certain que vous contrôlez les émissions diffusées, mais dans quelle mesure les contrôlez-vous après avoir accordé une licence assortie de modalités et conditions particulières dans des marchés donnés, en tenant compte de la compétitivité et certainement de l'objectif de servir le public cible pour lequel une licence vous a été demandée? Dans quelle mesure suivez-vous la situation de près? Intervenez-vous parfois pour remettre de l'ordre quand quelque chose ne tourne pas rond?

**M. Dalfen:** La dernière partie de votre question est la plus facile. La réponse est oui, absolument, nous le faisons. La plainte à laquelle le sénateur Graham a fait allusion ressemble à d'autres que nous recevons de temps à autre. Nous recevons des plaintes sur l'aspect territorial et aussi en ce qui concerne la présentation. Dans le domaine des services spécialisés, où les licences sont accordées pour une chaîne musicale ou de sport, et cetera, nous recevons de nombreuses plaintes relatives à de soi-disant empiètements sur un domaine réservé. Nous essayons de contrôler le respect des conditions de licence.

Cependant, pour ce qui est d'évaluer la situation, nous agissons essentiellement en donnant suite aux plaintes, et ce pour deux raisons. La première est que nous sommes l'émanation du gouvernement dans l'esprit des gens. Nous trouvons difficile d'intervenir de manière proactive relativement à ce que les gens écoutent, regardent ou font. De plus, nous n'avons tout simplement pas les ressources voulues pour pouvoir le faire. Nous nous contentons de donner suite aux plaintes qui nous sont présentées par des détenteurs de licences ou par le grand public. Nous en recevons beaucoup et, lorsqu'une plainte nous semble justifier une enquête, nous faisons enquête et la procédure suit son cours.

Invariablement, lorsque nous recevons une plainte à propos d'un radiodiffuseur qui dérogerait aux conditions de sa licence, celui-ci reçoit copie de la plainte et est invité à faire connaître son point de vue. Cependant, ce qu'il faut retenir, c'est que nos activités s'articulent essentiellement autour des plaintes et des demandes de licences. Le seul autre outil que nous utilisons de manière continue consiste à recueillir des données pour notre

report is at a slightly more macro level than the individual kinds of complaints that we get.

**Senator Corbin:** Finally, can you give us an idea of the number of complaints you receive during a year? The Competition Bureau told us the other day that it receives an average of 80,000, but of course it encompasses a much broader field than you have.

**Mr. Dalfen:** Yes, several thousand complaints is certainly the answer. We can get back to you if that number is important. I was going to say 3,000, but my staff tells me that that is probably on the low side.

**Senator Corbin:** Some are frivolous; some are serious.

**Mr. Dalfen:** Right.

**Ms. Andrée P. Wylie, Vice-Chairperson, Broadcasting, Canadian Radio-television and Telecommunications Commission:** Senator, besides responding to complaints, of course, if we find non-compliance or difficulties we have the tool of giving shorter licence terms and doing more analysis of the problems that have been found as the result of a complaint. We do respond to complaints, but it may also indeed be followed by closer scrutiny of the licensee concerned.

**The Chairman:** When you are sending us information about complaints, could you also give us a bit of breakdown/analysis to indicate the nature of the complaints you get? We are particularly interested in the news and journalism end of things. We would be interested to know how many complaints you get and the nature of those complaints. Are they simply people who are angry because they think some news story should not have been covered or something like that, or are the complaints of a more systemic nature? Do you see what I am driving at there?

**Mr. Dalfen:** We do have that breakdown and we will get it to you. Incidentally, I mentioned in my introductory remarks that a part of the safeguards that major TV media groups have is these committees that take complaints. On the first period, the reports are in and those did not show that there were complaints regarding the separation of the newsrooms and news management.

**The Chairman:** How many members of the public know that those committees exist? I did not know it until I was reading a summary of your testimony before the Heritage Committee. Are the people who are affected by these committees required to publicize their existence?

**Mr. Dalfen:** I do not believe that is part of the condition of licence, but that is a good point. Indeed, that is something I will look into and get back to you with more precision.

rapport annuel sur l'état de l'industrie. Ce rapport se situe à un niveau légèrement plus élevé que les plaintes individuelles que nous recevons.

**Le sénateur Corbin:** Enfin, pouvez-vous nous donner une idée du nombre de plaintes que vous recevez par année? Le Bureau de la concurrence nous a dit l'autre jour qu'il en reçoit en moyenne 80 000, mais bien sûr, son domaine est beaucoup plus vaste que le vôtre.

**M. Dalfen:** Oui, nous recevons certainement plusieurs milliers de plaintes. Nous pouvons vous faire parvenir ce chiffre si vous le jugez important. J'allais dire 3 000, mais mon collaborateur me dit que ce serait probablement trop bas.

**Le sénateur Corbin:** Certaines de ces plaintes sont sérieuses, d'autre pas.

**M. Dalfen:** Tout à fait.

**Mme Andrée P. Wylie, vice-présidente, Radiodiffusion, Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes:** Sénateur, en plus de donner suite aux plaintes, bien sûr, si nous constatons une situation de non-conformité ou encore des difficultés quelconques, nous avons toujours l'outil de donner des licences d'une durée plus courte et de faire une analyse plus approfondie des problèmes que l'on a constatés à la suite d'une plainte. Nous donnons suite aux plaintes et cela peut par la suite donner lieu à un examen plus serré du titulaire de licence en question.

**La présidente:** Quand vous nous enverrez des renseignements sur les plaintes, pourriez-vous en profiter pour nous fournir une analyse ou une ventilation pour donner une idée de la nature des plaintes que vous recevez? Nous nous intéressons en particulier au domaine des nouvelles et du journalisme. Nous aimerions savoir combien de plaintes vous recevez et quelle est la nature de ces plaintes. S'agit-il simplement de gens qui sont en colère parce qu'ils trouvent qu'un certain reportage n'aurait pas dû être diffusé ou quelque chose du genre, ou bien les plaintes sont-elles de nature plus systématique? Voyez-vous où je veux en venir?

**M. Dalfen:** Nous avons une telle ventilation et nous vous l'enverrons. Soit dit en passant, j'ai dit dans mon allocution que l'une des mesures de sauvegarde qui ont été prises est que les grands groupes télévisuels doivent créer des comités chargés d'entendre les plaintes. Les rapports nous sont maintenant parvenus sur la première période visée, et ils n'indiquent pas qu'il y a eu des plaintes sur la séparation entre les salles de rédaction et les gestionnaires de l'information.

**La présidente:** Combien de gens, parmi le grand public, connaissent l'existence de ces comités? Je l'ignorais avant d'avoir lu un résumé de votre témoignage devant le Comité du patrimoine. Est-ce que les gens qui sont touchés par ces comités sont tenus d'en publiciser l'existence?

**M. Dalfen:** Je ne crois pas que cela soit une condition de licence, mais c'est une bonne question. En fait, je vais me renseigner et vous donner de plus amples précisions.



**Senator LaPierre:** Can you remove a licence from someone who breaches the terms of licence and/or who offends you in one way or another, rightly so? Do you remove their licence?

**Mr. Dalfen:** There is a power of revocation.

**Senator LaPierre:** How many times has that been done since the birth of this kind of control that we have had through the Board of Broadcast Governors? Could you find that out and let me know?

**Mr. Dalfen:** I have the answer to that, zero.

**Senator LaPierre:** Why have a punishment if you never use it? I will not go into that. Thank you very much.

**Senator Day:** We should let our witness answer the question. He had an answer that I think might be helpful. Did you have something further to add?

**Mr. Dalfen:** Senator LaPierre's point is well taken on the actual revocations on a compulsory basis. Licences have been given up voluntarily in various cases, but compulsory giving up for offences, not to my knowledge. I do not think we have ever revoked a licence.

The array of weapons is typically short-term renewals, which is a stronger weapon than you might think because it puts licensees under the gun and puts them to the expense of coming back and justifying themselves, and the publicity attended on that is invariably unwelcome. Amending their conditions of licence is another technique. "You have been a sinner. You will now do the following." We have done that as well. The ultimate weapon of revocation denies that service to the public so the threshold is understandably very high.

One point made in the Heritage Committee's report, which I think is worthy of consideration, is that the FCC in the United States and the U.K. regulator in Britain, to name two, has the power to issue fines. This is also something that a large number of agencies in the federal government already have. It probably would be helpful, if our act were being amended, to give us another tool that is short of revocation, the nuclear weapon so to speak, but which would focus the mind fairly well. It is put forward in the Heritage Committee's report, so I underline that. We, like Senator LaPierre and others, are looking for appropriate tools in the arsenal to do our regulatory job without trying to open a pea with a sledgehammer, which is the way revocation is perceived.

**Senator Day:** Mr. Dalfen, explain a little bit about the cross-ownership issue. You discussed that in your presentation. Between 1982 and 1985, there was a directive from the government with respect to a particular cross-ownership from a daily newspaper owner looking for a broadcast licence. When that was revoked in 1985, what kind of message accompanied that or did you take from that revocation with respect to cross-ownership? You are obviously still applying certain rules with

**Le sénateur LaPierre:** Pouvez-vous révoquer, de manière légitime, la licence de quelqu'un qui enfreint les modalités ou qui vous offusque d'une manière ou d'une autre? Est-ce que vous lui enlevez sa licence?

**M. Dalfen:** Il y a un pouvoir de révocation.

**Le sénateur LaPierre:** Combien de fois cela est-il arrivé depuis la naissance de ce contrôle que nous avons d'abord institué au Bureau des gouverneurs de la radiodiffusion? Pourriez-vous vous informer et me le faire savoir?

**M. Dalfen:** Je connais la réponse: c'est zéro.

**Le sénateur LaPierre:** Pourquoi prévoir une punition si on ne s'en sert jamais? Je n'en dirai pas plus. Merci beaucoup.

**Le sénateur Day:** Nous devrions laisser notre témoin répondre à la question. Il avait une réponse qui, je crois, pourrait être utile. Aviez-vous quelque chose à ajouter?

**M. Dalfen:** Le sénateur LaPierre a un argument valable au sujet du retrait forcé. Il est arrivé à diverses occasions que des gens renoncent volontairement à leur licence, mais le retrait obligatoire consécutif à une infraction, pas à ma connaissance. Je ne pense pas que nous ayons jamais révoqué une licence.

Notre outil habituel est le renouvellement à court terme, et c'est une arme plus efficace que vous pourriez le croire parce que cela met les titulaires de licence sur la sellette et dans l'obligation de revenir se justifier devant nous, à leurs frais, et la publicité qui s'ensuit est invariablement négative. Une autre technique consiste à modifier les conditions de licence. «Vous avez péché, vous devez maintenant réparer en prenant les mesures suivantes». Nous l'avons fait également. L'arme ultime de la révocation retire un service au public et le seuil est donc très élevé, ce qui est compréhensible.

Dans le rapport du Comité du patrimoine, on fait observer, ce qui mérite à mon avis qu'on s'y attarde, que la FCC aux États-Unis et l'organisme de réglementation au Royaume-Uni, pour n'en nommer que deux, ont le pouvoir d'imposer des amendes. Un grand nombre d'organismes du gouvernement fédéral possèdent déjà ce pouvoir. Ce serait probablement utile, si l'on modifiait notre loi, de nous donner un autre outil qui, sans aller jusqu'à la révocation, cette espèce d'arme nucléaire, pour ainsi dire, n'en rappellerait pas moins les intervenants à l'ordre. C'est proposé dans le rapport du Comité du patrimoine et je vous le signale. À l'instar du sénateur LaPierre et d'autres, nous cherchons les outils appropriés dans l'arsenal pour assumer notre fonction de réglementation sans pour autant essayer d'écraser une mouche à coups de marteau, car c'est ainsi que la révocation est perçue.

**Le sénateur Day:** Monsieur Dalfen, expliquez-nous un peu la question de la propriété croisée. Vous en avez parlé dans votre allocation. Entre 1982 et 1985, une directive du gouvernement en matière de propriété croisée visait un certain propriétaire de journaux qui voulait obtenir une licence de radiodiffusion. Quand cette directive a été révoquée en 1985, quel message accompagnait cette décision ou qu'avez-vous retenu de la révocation de cette directive en matière de propriété croisée? Vous continuez

respect to cross-ownership, but the test has to be somewhat less onerous than it was previously in regard to newspapers buying into broadcasting.

**Mr. Dalfen:** That is correct, senator. We did, and continue to, balance the factors that I set out in my introductory remarks. It is always a concern to us. Where there is concentration, it has to be outweighed. For those three years, it was like the direction on foreign ownership. People were ineligible. We just were not permitted in law to issue licences to people who owned a newspaper in the market, so it was open and shut. It is now not open and shut. We now have to balance all the factors in play. You are quite right.

**Senator Day:** Did you set up a series of objective standards that some prospective purchaser of a broadcasting entity could go to in order to find out what these objective standards are?

**Mr. Dalfen:** It is extremely difficult. We have been grappling with it, and I know my predecessors have grappled with that. Canada is not that large a country. You have three or four top-level markets in terms of size. It is hard to provide objective standards that would apply universally in the area of how much concentration you can and cannot permit. How do newspapers, dailies, weeklies and radio stations fit into the mix? It is impossible to actually set a standard that would not appear to be pointing to one particular situation. At least we have not been able to figure out a way of generalizing that.

**Senator Day:** How does someone who wants to get involved in broadcasting predict how the CRTC might react to an application for a licence?

**Mr. Dalfen:** I think the decisions set out the considerations very clearly. Because they are very aware of that, they read past decisions. It is a typical legal test. "Is my situation different? Is it similar, or different? If it is different, how serious a bar will this be to me? Reading the past decisions, how can I outweigh or counterbalance the concerns?" That is the nature of the exercise.

**Senator Day:** Does the CRTC feel bound by previous decisions?

**Mr. Dalfen:** That is a good question. We are not bound in law, but we certainly hope that we do not set forth principles and criteria that we simply abandon in the next decision. We try never to do that, if we can help it. To the extent you have a similar fact pattern, you should be able to rely on our past decisions to guide you.

**Senator Day:** That is a policy from within the CRTC?

**Mr. Dalfen:** Absolutely, and we have tried to make it as clear as we possibly can for just that reason.

manifestement d'appliquer certaines règles en matière de propriété croisée, mais le critère est certainement quelque peu moins rigoureux qu'il ne l'était auparavant pour ce qui est des propriétaires de journaux qui achètent des actifs de radiodiffusion.

**M. Dalfen:** C'est exact, sénateur. Nous continuons, comme nous le faisons, de mettre dans la balance les facteurs que j'ai énoncés dans mon allocution. Cela nous préoccupe toujours. Lorsqu'il y a concentration, il faut qu'il y ait un avantage qui compense. Pendant ces trois années, c'était comme la directive sur la propriété étrangère. Les gens n'étaient pas admissibles. La loi nous interdisait tout simplement d'émettre des licences aux gens qui possédaient un journal dans un marché donné, et c'était donc clair et net. Ce n'est plus le cas aujourd'hui. Nous devons maintenant mettre dans la balance tous les facteurs qui sont en jeu. Vous avez absolument raison.

**Le sénateur Day:** Avez-vous établi une série de critères objectifs qu'un acheteur éventuel d'une entité de radiodiffusion pourrait consulter pour savoir exactement ce qu'il en est?

**M. Dalfen:** C'est extrêmement difficile. Nous nous sommes penchés sur ce problème et je sais que mes prédécesseurs l'avaient fait également. Le Canada n'est pas un pays tellement immense. Il n'y a que trois ou quatre marchés privilégiés, en termes de grandeur. C'est difficile d'énoncer des critères objectifs qui s'appliqueraient universellement pour ce qui est du niveau de concentration que l'on peut autoriser ou que l'on doit interdire. Quelle est la place des journaux, quotidiens, hebdomadaires et stations de radio dans l'ensemble? Il est impossible de fixer un critère qui ne donnerait pas l'impression de viser un cas particulier. En tout cas, nous n'avons pas réussi à faire cette généralisation.

**Le sénateur Day:** Comment quelqu'un qui veut se lancer dans la radiodiffusion peut-il prédire quelle pourrait être la réaction du CRTC à sa demande de licence?

**M. Dalfen:** Je pense que les décisions énoncent très clairement les considérations. Ils le savent très bien et ils lisent donc les décisions antérieures. C'est un critère juridique typique. «Ma situation est-elle différente? Est-elle semblable ou différente? Si elle est différente, dans quelle mesure cela me rendra-t-il la tâche plus difficile? À lire les décisions antérieures, comment pourrais-je présenter mon dossier de manière à dissiper les craintes ou à présenter un avantage net?» Voilà la nature de l'exercice.

**Le sénateur Day:** Le CRTC se sent-il lié par les décisions antérieures?

**M. Dalfen:** C'est une bonne question. Nous ne sommes pas liés aux termes de la loi, mais nous espérons certainement ne pas établir des principes et des critères que nous abandonnerons tout simplement à la décision suivante. Nous essayons de ne jamais faire cela, dans la mesure du possible. Si la situation est semblable à une autre, on devrait pouvoir se fier à nos décisions antérieures et s'en inspirer.

**Le sénateur Day:** C'est une politique interne au CRTC?

**M. Dalfen:** Absolument, et nous avons essayé de faire en sorte que ce soit aussi clair que possible, précisément pour cette raison.



**Senator Day:** As my final area of questioning in this round, I would like you to comment on section 3 of the Broadcasting Act. In your presentation and your remarks, you outlined some of the objectives. I would like you to look at the third one and comment on it. This is an objective or sort of a guiding principle to provide a reasonable opportunity for the public to be exposed to the expression of differing views on matters of public concern. That is a very laudatory objective. When you are doing that, when you are applying that test to a particular factual situation, do you look at the Internet, for example? This is a cross-ownership issue again. Do you look at various other opportunities for the public to obtain expressions of differing views?

**Mr. Dalfen:** That is a good question. The objective is that the programming provided by the Canadian broadcasting system provides a reasonable opportunity, so you have to look at programs. You have to look at how a licensee presents an issue, perhaps not in one program but across a series of programs, and how they cover various issues. Then you look at the system as a whole and ensure that across the system, this works.

Without being legalistic at all, we do not feel that we would be comfortable if there were imbalance for a protracted period of time at any of those levels in a week of programming in a licensee schedule, or indeed in a market, or indeed across the system, so we try to take that into account. We try to take a broader interpretation. Technically, it only applies in the broadcasting system, but over many years the commission has also looked into media that we do not regulate to look at the diversity of voices in a given market. I brought with me a number of decisions, if you like, but I am comfortable in saying that we always look beyond the broadcasting system.

We would not feel comfortable if it were solved at the level of broadcasting system but, in the market itself, this kind of balance did not exist and there was not an opportunity. Having said that, again, you have to look at all the media outlets available in any given market. When you add into the mix what is available on cable, what is available by satellite, what is available on the Internet, that all helps. Typically, in an application before us, if you are applying and perhaps contributing to concentration, you will try hard to point out all the other media outlets available.

In our monitoring report that I referred to, we did research on a 10-year period, 1991 to 2001, in terms of media concentration in the four major markets of Canada. In every case, in practically every medium, you will find that there are a larger number of owners and a larger number of broadcasting and newspaper outlets over that 10-year period. Even though it may sound counterintuitive, that, in fact, is the case when you focus them in. I am sure you or your researchers have had a look at that monitoring report.

**Le sénateur Day:** Ceci sera ma dernière question pour l'instant. Je vous invite à commenter l'article 3 de la Loi sur la radiodiffusion. Dans votre allocution, vous avez énoncé certains objectifs. Je voudrais que vous commentiez le troisième de ces objectifs. Plutôt qu'un objectif, c'est une sorte de principe directeur, à savoir offrir au public l'occasion raisonnable de prendre connaissance d'opinions divergentes sur des sujets qui l'intéressent. Voilà un objectif très louable. À cet égard, quand vous appliquez ce critère à une situation de fait, tenez-vous compte de l'Internet, par exemple? Cela pose de nouveau la question de la propriété croisée. Tenez-vous compte de diverses autres possibilités pour le public de prendre connaissance d'opinions divergentes?

**M. Dalfen:** C'est une bonne question. L'objectif est que la programmation offerte par le réseau canadien de radiodiffusion donne des possibilités raisonnables, et il faut donc examiner les émissions. Il faut voir comment un titulaire de licence présente une question d'actualité, peut-être pas dans une émission donnée, mais dans toute une série d'émissions, et la façon dont on présente divers dossiers. Ensuite, on se tourne vers l'ensemble du réseau pour s'assurer que le tout est satisfaisant, globalement.

Sans vouloir être le moins légaliste, nous estimons que nous ne serions pas à l'aise s'il y avait déséquilibre pendant une période prolongée à l'un ou l'autre de ces niveaux, durant une semaine de programmation dans la grille d'un titulaire de licence, ou encore à l'intérieur d'un marché, ou même dans l'ensemble du réseau, et nous essayons donc d'en tenir compte. Nous tentons d'en donner une interprétation très large. Techniquement, cela s'applique seulement dans le réseau de radiodiffusion, mais au fil des années, le Conseil s'est également penché sur des médias que nous ne réglementons pas pour vérifier la diversité des voix dans un marché donné. J'ai apporté un certain nombre de décisions, si vous voulez en prendre connaissance, mais je peux dire en toute confiance que notre examen englobe toujours plus que le réseau de radiodiffusion.

Nous ne serions pas à l'aise si le problème ne se posait pas au niveau de l'ensemble du réseau, mais que dans le marché lui-même, il n'y avait pas cet équilibre ni une possibilité raisonnable. Cela dit, je répète qu'il faut examiner tous les médias disponibles dans un marché donné. Si l'on ajoute tout ce qui est disponible par câble, par satellite, sur l'Internet, tout cela est utile. D'habitude, un requérant qui nous présente une demande et qui contribue peut-être à accentuer la concentration ne ménage pas ses efforts pour attirer l'attention sur toutes les autres sources d'information disponibles.

Dans notre rapport de surveillance dont j'ai parlé, nous avons fait une recherche sur la concentration des médias dans les quatre principaux marchés au Canada durant une période de dix ans, de 1991 à 2001. Dans chaque cas, dans presque chaque médium, vous constaterez qu'il y a un grand nombre de propriétaires et un grand nombre de sources journalistiques et de radiodiffusion sur cette période de dix ans. C'est peut-être contraire aux idées reçues, mais c'est effectivement le cas quand on scrute la question. Je suis sûr que vous-mêmes ou vos attachés de recherche ont eu l'occasion de consulter ce rapport.

Are we comfortable? No, you have had to be vigilant at all times on this issue. This is a democracy and you need to have a diversity of voices. You also have to look at the facts of any situation.

**Ms. Wylie:** Having said that, we also expect licensees one by one to provide balance on matters of public concern over at least a period of time so that you cannot, on matters or issues of public concern, be a one-note licensee. We look at the whole system, as Mr. Dalfen has mentioned. Each licensee cannot say, "I am a one-note person because someone else is providing the other side of this issue." This is not program by program but we usually, over a period of time that has often been a year, expect each licensee to be balanced.

**Senator Day:** What kind of objective standard is there to define balance, as you would like to have it?

**Mr. Dalfen:** Senator, you have put your finger on what we grapple with all the time. It is impossible to say. When you are looking at media, as you know, particularly a medium as powerful as television, it is not just the words spoken. It is the images that are selected, it is the mood of the program and, at the end of day, it is a judgment call that commissioners try to assess. For better or for worse we come up with conclusions. Again, the only way to govern future behaviour is to read past decisions.

There is also in this mix, as you probably know, the Canadian Broadcast Standards Council, which administers industry codes for the private television and radio industries. The council has a lot of overlapping values to those in the Broadcasting Act. Because, again, we are the government, we feel fairly comfortable with allowing the industry to self-regulate under the aegis of that council, and a lot of their decisions guide licensees as well on issues of balance.

I have never seen that really set out in a way that would be very helpful and that you could not drive a truck through the loopholes of if you tried.

If I may, my counsel has corrected me, and I think I should correct something on the issue of whether the committees are publicized. In both the CTV and Global cases — and I believe the texts are identical for Global and CTV — the commission further notes CTV's commitment to spend \$1 million a year in announcements to publicize the statement of principles and practices, including the existence and responsibility of a monitoring committee.

That slipped my mind and I am glad to correct the record on that.

**Senator Comeau:** My question will not deal directly with media ownership, concentration and so on. Since we have you here, I would like to ask a question of the CRTC on how it can help small communities, communities to which I belong. I live in

Sommes-nous tranquilles? Non, il faut être vigilant en tout temps sur cette question. Nous sommes en démocratie et il faut compter sur des voix diversifiées. Il faut aussi examiner les faits dans toute situation donnée.

**Mme Wylie:** Cela dit, nous nous attendons aussi à ce que chaque titulaire de licence, un par un, fournisse une couverture équilibrée sur des questions d'intérêt public, au moins sur une période donnée, de sorte que l'on ne peut pas donner toujours un seul son de cloche sur une question d'intérêt public. Nous examinons l'ensemble du réseau, comme M. Dalfen l'a dit. Un titulaire de licence ne peut pas dire: «Je donne toujours le même son de cloche, mais quelqu'un d'autre s'occupe de donner le point de vue contraire». Cela ne se fait pas émission par émission, mais nous nous attendons habituellement à ce que chaque titulaire de licence soit équilibré au cours d'une période de temps qui a souvent été un an.

**Le sénateur Day:** Quel critère objectif permet de définir l'équilibre que vous souhaitez?

**M. Dalfen:** Sénateur, vous avez mis le doigt sur le noeud du problème, avec lequel nous sommes aux prises constamment. C'est impossible de le dire. Quand il s'agit des médias, comme vous le savez, surtout un médium aussi puissant que la télévision, ce ne sont pas seulement les paroles qui comptent. C'est aussi les images que l'on choisit, l'atmosphère générale de l'émission et, au bout du compte, les membres du Conseil doivent user de leur jugement. Pour le meilleur ou pour le pire, nous aboutissons à des conclusions. Je répète que le seul moyen de régir le comportement futur, c'est de lire les décisions antérieures.

Il y a aussi, comme vous le savez probablement, le Conseil canadien des normes de radiodiffusion, qui administre les codes sectoriels pour la télévision et la radio privée. Le Conseil défend en gros les mêmes valeurs que celles qui sont énoncées dans la Loi sur la radiodiffusion. Encore une fois, comme nous sommes le bras armé du gouvernement, nous nous sentons relativement à l'aise de permettre à l'industrie de s'autoréglementer sous l'égide de ce Conseil, et beaucoup de ses décisions guident également les titulaires de licence en ce qui a trait à l'équilibre.

Je n'ai jamais vu cela énoncé par écrit d'une manière qui serait très utile et qui ne comporterait pas des brèches énormes permettant de faire à peu près n'importe quoi.

Si je peux me permettre, mon avocat vient de me reprendre et je crois que je dois apporter une correction à ce que j'ai dit au sujet de la publicité qui entoure les comités. Dans les dossiers de CTV et de Global — je crois que les textes sont identiques dans les deux cas —, le Conseil fait remarquer l'engagement pris par CTV de dépenser un million de dollars par année en publicité pour faire connaître les principes et les pratiques, et aussi l'existence même et la responsabilité d'un comité de surveillance.

Cela m'avait échappé et je suis content d'avoir apporté cette précision.

**Le sénateur Comeau:** Ma question ne porte pas directement sur la propriété des médias, la concentration et tout le reste. Je voudrais profiter de votre présence ici pour demander au CRTC comment il peut venir en aide aux petites localités, car j'appartiens



Western Nova Scotia, where my community is divided by two cable providers; one a rather large one and the other a small one. The larger one is connected to another community, which is about 75 kilometres away to another French-speaking community. I am speaking about French-speaking communities now.

The community in which I reside is approximately 90 per cent francophone and, as you know, the francophone communities in Nova Scotia are struggling to maintain their language and their culture. The small cable provider in my community absolutely refuses to provide what we might consider to be channels that would help us, such as RDI and TV5. Even the parliamentary channel, which is broadcast through this cable provider, is funnelled completely in English. If you see your member of Parliament speaking in French you have the voice-over in 90 per cent French-speaking communities. Recently the Minister of Canadian Heritage issued a press release, which I do not have here, saying how she was going to insist that cable providers provide those communities with that kind of service. However, she exempted the small ones. The very communities that need those services are not being provided with them, so the momentum keeps going. This has been going on for years now.

Is there anything at all that the CRTC can do to help communities such as these to get the kind of services they need for their population to know there are other French-speaking communities across Canada — the RDI program would give them that possibility — and to know that their member of Parliament in Ottawa can speak in French on the floor of the House of Commons and that the cable provider, who lives 500 or 600 miles away, does not make the decision for our community?

**Mr. Dalfen:** The objective is certainly to assist communities such as yours in receiving programming services in their own language.

I will ask Mr. O'Sullivan to go into the details of the regulations that may inhibit or assist that situation. We will take it back if you are not satisfied.

**Senator Comeau:** I would like to find the ones that make it possible. I have heard enough about the ones who inhibit helping our communities. I want to know about the ones who help our communities.

[Translation]

**Mr. Marc O'Sullivan, Executive Director, Broadcasting Directorate, Canadian Radiotelevision and Telecommunications Commission:** On the issue of CPAC and the debates of the House of Commons, as the Minister indicated in a press release, the government has announced its intent: by way of a directive, the CRTC was asked to require from cable operators that they broadcast CPAC on two video signals, so that everyone could have access to CPAC in both official languages. We are still

moi-même à une petite collectivité. J'habite dans l'ouest de la Nouvelle-Écosse et ma localité est divisée en deux territoires desservis par deux fournisseurs de câble, l'un assez important et l'autre de petite taille. Le plus grand est branché sur une autre localité située à environ 75 kilomètres; il s'agit d'une autre localité francophone, car je parle maintenant des collectivités francophones.

La ville où j'habite est francophone à environ 90 p. 100 et, comme vous le savez, les collectivités francophones de Nouvelle-Écosse se débattent pour assurer la pérennité de leur langue et de leur culture. Le petit fournisseur de câble de ma localité refuse catégoriquement de fournir des canaux qui nous seraient utiles dans cette tâche, notamment RDI et TV5. Même le canal parlementaire, qui est diffusé par ce câblodistributeur, est en anglais seulement. Quand on voit notre député au Parlement s'exprimer en français, on entend la voix de l'interprète dans 90 p. 100 des collectivités francophones. Récemment, la ministre du Patrimoine canadien a publié un communiqué, que je n'ai pas sous la main, dans lequel elle dit qu'elle insistera pour que les câblodistributeur fournissent des services de ce genre à ces collectivités. Elle a toutefois prévu une exception pour les petites localités. Les collectivités qui ont justement le plus grand besoin de ces services ne les auront pas, de sorte que nous continuons à nous enliser. Cette situation perdure maintenant depuis des années.

Est-ce que le CRTC peut faire quelque chose pour aider des collectivités comme celles-là à obtenir les services dont elles ont besoin pour que les gens sachent qu'il existe d'autres collectivités francophones ailleurs au Canada — le canal RDI leur donnerait cette possibilité — et qu'ils sachent que leur député au Parlement à Ottawa peut parler français sur le parquet de la Chambre des communes et que ce n'est pas le câblodistributeur, qui se trouve à 500 ou 600 milles de distance, qui prend la décision au nom de notre collectivité?

**M. Dalfen:** L'objectif est assurément de venir en aide à des collectivités comme la vôtre pour qu'elles reçoivent des émissions dans leur propre langue.

Je vais demander à M. O'Sullivan de vous expliquer les détails de la réglementation qui peuvent faire obstacle ou être utiles dans cette situation. Nous reviendrons à la charge si vous n'êtes pas satisfait.

**Le sénateur Comeau:** Je voudrais connaître les dispositions du règlement qui nous seraient utiles. J'en ai assez entendu sur celles qui font obstacle à nos collectivités. Je veux savoir comment on peut aider nos collectivités.

[Français]

**M. Marc O'Sullivan, directeur général, Direction générale de la radiodiffusion, Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes:** Sur la question de CPAC et les débats de la Chambre des communes, comme l'a indiqué la ministre dans un communiqué, le gouvernement a annoncé son intention: par directive, il a indiqué au CRTC d'exiger que les câblodistributeurs distribuent CPAC sur deux signaux vidéo, pour que tout le monde ait accès à CPAC dans les deux langues

awaiting the directive. An order-in-council was made to this end. We are still waiting for the directive in order to know exactly how the government will formulate its intent. However, we have attempted in the past to ensure that CPAC be available. Various measures have been taken in past decisions, including using a technology — the so-called SAD, or second audio; it is a technology that is available on TV sets — that has been purchased in the past ten years and that enables the viewer to get a second audio signal, allowing him or her to follow the debates of the House of Commons in the other official language. However, the parliamentary committee, chaired by Mr. Bélanger, tabled a report on this issue. The government has responded and we are awaiting the directive before putting into place these new measures. This is part and parcel of the wider issue of the range of services for Francophone communities throughout the country. The CRTC has tabled a report on that issue a few years ago, reviewing all measures that could be taken in order to ensure a wider range of services in French throughout the country, including the distribution of services such as TVA. This still needs some improvement. In particular on the issue of CPAC, we are awaiting the directive from the government to respond accordingly.

**Senator Comeau:** I do not find your answer reassuring. I would like to find some way, for a community such as mine, of going to the CRTC and tell them what we could do together in order to ensure that services are offered in our communities. The political will does not seem to exist. Certainly, there is no will on the part of the cable operator. The needs of these communities must be met.

The present situation is quite unacceptable. Perhaps we should reexamine the whole issue of the offer of services to Canadians from minority groups, where assimilation is rampant. If these communities become Anglophone communities in the next few years, which could very well happen, all will be lost. Be it in Newfoundland, in Prince Edward Island or in Nova Scotia, there is not enough of a critical mass in the market as is the case, for example, in New Brunswick and in Quebec. So there must be ways for the CRTC or some other organization to help us. I am sick and tired of hitting a brick wall because nothing has worked up to now. Perhaps you could review your tool box in order to see whether there would be some means to help us.

[English]

**Mr. Dalfen:** It is always difficult in these proceedings to zero in on individual cases, but I will have someone from our staff meet with you to look at that particular situation to see if anything is being overlooked that might help now and, if there is something more needed, how we might go about doing that. It is certainly an objective of ours, and if it is slipping through the holes, we should try and fix it.

**Senator Comeau:** Thank you for allowing me to make my pitch for my communities.

officielles. Nous attendons toujours la directive. C'est un décret, pris à cette fin. On attend toujours la directive pour savoir exactement comment le gouvernement va le formuler. Néanmoins, nous avons tenté, dans la passé, de nous assurer que CPAC soit disponible. Des mesures ont été prises lors de décisions antérieures, notamment, par l'utilisation de la technologie — en anglais on dit SAD, second audio. C'est une technologie disponible sur les télévisions — qui ont été achetées au cours des dix dernières années — qui permet à la personne d'avoir un deuxième signal audio, qui lui permet d'entendre les débats de la Chambre des communes dans l'autre langue officielle. Néanmoins, le comité parlementaire, présidé par M. Bélanger, a fait un rapport sur cette question. Le gouvernement a réagi et nous attendons la directive pour la mise en place de ces nouvelles mesures. Cela s'inscrit sur la question plus large de l'ensemble des services pour les communautés francophones à travers le pays. Le CRTC a fait rapport sur cette question, il y a quelques années, pour revoir toutes les mesures qui peuvent être prises pour assurer une plus grande panoplie de services en français à travers le pays, notamment la distribution de services comme TVA. Cela reste à améliorer. En particulier sur la question de CPAC, on attend la directive du gouvernement pour réagir en conséquence.

**Le sénateur Comeau:** Votre réponse ne me rassure pas, j'aurais aimé trouver une manière, pour une communauté telle que la mienne, où nous pourrions venir voir le CRTC et leur dire ce qu'on peut faire ensemble pour offrir des services dans nos communautés. La volonté politique ne semble pas être là. La volonté du cablodiffuseur n'est certainement pas là. Il faut répondre aux besoins de ces communautés.

La situation actuelle est tout à fait inacceptable. Peut-être devrait-on réexaminer la manière d'offrir des services aux Canadiens en situation minoritaire, là où l'assimilation est galopante. Si ces communautés deviennent des communautés anglophones d'ici quelques années, tel que cela peut bien arriver, ce sera perdu et terminé. Que ce soit à Terre-Neuve, à l'Île-du-Prince-Édouard ou en Nouvelle-Écosse, il n'y a pas la masse critique correspondante au marché comme c'est le cas, par exemple, au Nouveau-Brunswick et au Québec. Il doit donc y avoir des moyens par lesquels, soit le CRTC ou un autre organisme, peuvent nous aider. Je suis fatigué de me frapper la tête contre le mur parce que cela ne fonctionne pas jusqu'à maintenant. Peut-être pourriez-vous examiner, dans votre arsenal d'outils, s'il n'y aurait pas des moyens pour nous aider.

[Traduction]

**M. Dalfen:** C'est toujours difficile, dans le cadre de telles audiences, de s'attarder à des cas individuels, mais je vais demander à un membre de notre personnel de vous rencontrer pour examiner ce cas particulier afin de voir si l'on aurait négligé quelque chose qui pourrait vous aider et, s'il était possible de faire quelque chose d'utile, comment nous pourrions nous y prendre. Il est certain que c'est un de nos objectifs et si ce problème se pose malgré tout, nous devrions essayer de le résoudre.

**Le sénateur Comeau:** Je vous remercie de m'avoir permis de défendre la cause de ma collectivité.



**Senator Adams:** I come from Nunavut, and different languages are broadcast in some of the communities. I want to know how the CBC north and the different stations up there regulate the broadcasting in different languages. We have 27 communities, and every one of them has a local station in their community. We have two stations, one that just started sometime last spring. The CRTC came to some of the communities, and there was not enough publicity as to when that new station would come up. What do you do up in the communities? We have languages, including Inuktitut, and CBC is operating in those languages. My community of Rankin thought it belonged to the municipality or the hamlet. The hamlet has no authority to own a radio station in the community. The people I represent say that it belongs to the municipality. With CBC, you have translating and publicity, and the community is concerned about that new station. There is one station in Rankin and one station in Iqaluit.

**Mr. Dalfen:** I am not familiar with those. We will have someone get back to you. We usually do not expect to address specific cases that are very graphic from your perspective. We will follow up with you.

**Senator Adams:** The CRTC would need to have a hearing, would they not?

**Mr. Dalfen:** For a new licence, there needs to be a hearing, yes.

**Senator Adams:** To me, it looks like CBC North does not have much regulation as to how they are broadcasting. Anyone who wants to phone the station can say what they want. Are they allowed to say that on the air? There are no regulations to our languages. I heard a lot of people phone in from 1,500 miles away from Iqaluit to wish happy birthday to people in the community through their radio. I wonder about the cost of that kind of communication and the taxpayer paying for people wishing happy birthdays to their families. If you are going to operate a station, you should have some kind of a policy or regulation. Do managers in the communities concerned have rules about how the system works?

**Mr. Dalfen:** In order to make it easier to have television, particularly for more remote communities across the country, we have eased up on the regulatory requirements, making it much easier to get going and to provide services to those communities. I will have to give you a proper answer. I will have a staff member who knows this material well talk to you and give you information. If you have any follow up, we will happy to deal with it.

**The Chairman:** In general, could you provide us with rules about requirements on stations, and cable, for that matter, serving smaller communities, bearing in mind again our interest in news? I know that you are aware, as we all are, of the fact that there is a certain sense that local news coverage in smaller communities has been suffering in recent years, or has been reduced. I am not talking about the quality; I am talking about the sheer existence of it. Any information about smaller

**Le sénateur Adams:** Je viens du Nunavut où l'on diffuse des émissions en différentes langues dans certaines localités. Je veux savoir comment le service nordique de la SRC et les différentes stations qui diffusent là-haut réglementent la radiodiffusion en différentes langues. Nous avons 27 localités et chacune d'elles possède une station locale. Nous avons deux stations, une qui vient d'entrer en ondes au printemps dernier. Le CRTC est venu dans certaines localités et on n'a pas assez de publicité quant à la date d'entrée en ondes de cette nouvelle station. Que faites-vous là-haut, dans le grand nord? Nous avons diverses langues, dont l'inuktitut, et la SRC diffuse dans ces langues. Dans ma propre localité de Rankin, on croyait que la municipalité ou le village était propriétaire, mais le village n'a pas le droit de posséder une station de radio locale. Les gens que je représente disent que cela incombe à la municipalité. A la SRC, il y a la traduction et de la publicité, et la collectivité se préoccupe de cette nouvelle station. Il y a une station à Rankin et une station à Iqaluit.

**M. Dalfen:** Je ne connais pas ce dossier. Nous allons demander à quelqu'un de vous répondre. Nous ne nous attendions pas à devoir aborder des cas précis que vous décrivez d'ailleurs très précisément. Nous vous ferons parvenir une réponse.

**Le sénateur Adams:** Il faudrait que le CRTC tienne une audience, n'est-ce pas?

**M. Dalfen:** Pour une nouvelle licence, il faut une audience, oui.

**Le sénateur Adams:** Il m'apparaît que la SRC Nord n'est pas tellement réglementée dans ses activités de radiodiffusion. N'importe qui peut téléphoner à la station et dire ce qui lui plaît. A-t-on le droit de faire cela en ondes? Il n'y a pas de règlements dans nos langues. J'ai entendu bien des gens téléphoner depuis des localités situées à 1 500 milles d'Iqaluit pour souhaiter bonne fête à des gens de leur localité sur les ondes de leur station radio. Je m'interroge sur le coût de pareilles communications et je me demande si le contribuable paye pour ces gens-là qui veulent dire bonne fête à leur famille. Il faudrait que quiconque veut exploiter une station de radio soit astreint à une politique ou à des règlements quelconques. Les gestionnaires dans les localités en question sont-ils astreints à suivre des règles?

**M. Dalfen:** Pour qu'il soit plus facile d'implanter la télévision, en particulier dans des localités éloignées, nous avons assoupli le cadre réglementaire, rendant beaucoup plus facile de créer des stations et d'offrir des services à ces localités. Je devrai vous donner une réponse plus précise. Je vais demander à l'un de mes collaborateurs qui connaît bien ce dossier de s'entretenir avec vous et de vous renseigner. Si vous avez d'autres questions, nous nous ferons un plaisir d'y répondre.

**La présidente:** En général, pourriez-vous nous faire parvenir de plus amples détails sur les exigences applicables aux stations et à la câblodistribution, quant à y être, pour la desserte des petites localités, en tenant compte du fait, encore une fois, que nous nous intéressons particulièrement à l'information? Je sais que vous êtes conscient, comme nous le sommes tous, du sentiment général que l'information locale dans les petites localités a souffert ces dernières années, qu'elle a subi des compressions. Je ne parle

communities and minority populations, including English minority populations in Quebec would be very useful for us.

**Mr. Dalfen:** We will be happy to do that.

**Senator Phalen:** My question is in that same area that Senator Day was questioning about. In your appearance before the standing committee on Canadian Heritage, a Ms. Gagnon asked how the CRTC is ensuring that the diversity of expression, employment, programming and local news are being maintained when such a concentration occurs. Can the CRTC set standards in its licence and enforce them? Miss Wylie answered: "Like you, we recognize the danger of concentration and the reduction in diversity of expression, but sometimes we must choose between having fewer stations and having more stations belonging to the same owner."

That raises a question for me. Does the CRTC currently have the legislative authority to refuse licences on the basis of cross media ownership because of its potential impact on the diversity of expression?

**Mr. Dalfen:** Absolutely. We have done that. In one of the decisions I quoted — the recent decision of this summer on TVA owned by Québecor, who owns a lot of newspapers and is the dominant private television service in Quebec — they sought to go into the radio business by acquiring some AM stations. We turned it down precisely for that reason. The ownership and concentration concerns outweighed any benefit that licence might have. I also said that sometimes, on a given fact pattern, it may be reversed. In that case, it was bang on what you were asking.

**Senator Phalen:** That raises a second question. Where cross media ownership already exists, does the CRTC have the authority to set standards affecting previously granted licences, or are there any other enforcement measures available to the CRTC in respect to cross media ownership? Do you have the right to go back?

**Mr. Dalfen:** The answer is that there are certain limitations on our power. For example, the law prohibits us from initiating an amendment to a licensee's licence in the first five years of the term. In the last two years, assuming a seven-year term, we can initiate an amendment and say, "Change your licence to do that."

At all times, we are free to issue regulations that we feel are necessary to pursue the objectives of the act, and generally to review the issues. Both the CTV and the Global licence renewals I am speaking about happened after acquisitions of newspaper groups that were not subject to our permission under our act, but

pas de la qualité; c'est son existence même qui est menacée. Tout renseignement sur les petites localités et les populations minoritaires, y compris la minorité anglophone au Québec, nous serait très utile.

**M. Dalfen:** Nous nous ferons un plaisir de le faire.

**Le sénateur Phalen:** Ma question fait suite à celle posée par le sénateur Day. Durant votre comparution devant le Comité permanent du patrimoine canadien, une madame Gagnon vous a demandé comment le CRTC s'assure que la diversité d'expression, d'emploi, de programmation et de nouvelles locales est assurée lorsqu'il y a une telle concentration. Le CRTC peut-il énoncer des critères dans sa licence et les faire appliquer? Mme Wylie a répondu: «Tout comme vous, nous sommes conscients du danger de la concentration et de la réduction de la diversité d'expression, mais nous devons parfois choisir entre la réduction du nombre des stations et l'existence de stations plus nombreuses appartenant au même propriétaire».

Cela m'amène à poser une question. Le CRTC est-il actuellement autorisé par la loi à refuser des licences pour cause de propriété croisée dans le domaine des médias, à cause de l'impact potentiel sur la diversité d'expression?

**M. Dalfen:** Absolument. Nous l'avons déjà fait. Dans l'une des décisions que j'ai citées, la récente décision rendue cet été sur le réseau TVA, qui appartient à Québecor, lequel possède beaucoup de journaux, et qui est le réseau de télévision privée dominant au Québec, le demandeur voulait se lancer dans le secteur de la radio en achetant des stations AM. Nous avons refusé sa demande précisément pour cette raison. Les préoccupations relativement à la propriété et à la concentration l'emportaient sur tout avantage que l'octroi de cette licence aurait comporté. J'ai également dit qu'il arrive parfois que ce soit l'inverse, dans une situation donnée. En l'occurrence, la situation correspondait exactement à la question que vous posez.

**Le sénateur Phalen:** Cela soulève une deuxième question. Lorsque la propriété croisée des médias existe déjà, le CRTC a-t-il le pouvoir de fixer des normes visant des licences accordées antérieurement, ou peut-il prendre quelque autre mesure pour garantir la conformité en ce qui a trait à la propriété croisée des médias? Avez-vous le droit de revenir en arrière?

**M. Dalfen:** La réponse est que notre pouvoir comporte certaines limites. Par exemple, la loi nous interdit d'apporter une modification à la licence d'un titulaire au cours des cinq premières années de validité. Au cours des deux dernières années, en supposant une échéance de sept ans, nous pouvons apporter une modification et dire: «Nous modifions votre licence et vous devez maintenant faire ceci ou cela».

En tout temps, nous pouvons à notre guise émettre des règlements si nous le jugeons nécessaire pour atteindre les objectifs de la loi et, de façon générale, nous pouvons toujours réexaminer la problématique. Les deux renouvellements de licences dont j'ai parlé, celles de CTV et de Global, sont



we put the safeguards in, including the committee that we were discussing with the chairman.

There are many opportunities for us to patrol this kind of situation. It would be harder for those stations to get approvals for large concentration of ownerships, depending on the timing of when those applications come up. If you get your approval and then you acquire a newspaper, there is little we can do about that except to ensure that on an ongoing basis balance is achieved. That stems from the fact that our authority is over broadcasting undertakings and not newspapers. If, on the other hand, acquisition of newspapers has occurred before they come up for renewal, there is much more one can do. In both of these cases that is what happened and we were able to put the safeguards in place. That will not always be the case, however, depending on the timing of business deals and acquisitions.

**The Chairman:** Your authority and mandate relate to the broadcasting system. You are responsible for ensuring the health of the broadcasting system. However, in cases of cross-ownership, do you examine the impact of your decisions on the health of the print media over which you have no jurisdiction or do you just say, "This will be good for the broadcaster and if it is not good for the newspaper, that is too bad"?

**Mr. Dalfen:** Let me clarify. That is a question that I would answer in two ways. First, we do not focus on the welfare of a newspaper in that decision; we focus on the impact of the broadcasting system of that particular merger. However, in doing that, we do not confine ourselves only to the concentration on the broadcasting side of the shop. In other words, we blow it up to the full issue of diversity of voices in the community and we look at the diversity of voices, taking account of newspaper ownership in that community.

Second, in terms of absorbing a new station or approving a merger, we would look at the total advertising market, particularly where, as in the case of Astral, we found that comparable rates were being offered to advertisers on TV stations, newspapers and radio, particularly in the small communities of Chicoutimi, Three Rivers and Sherbrooke. It was very much a choice of markets. We looked at the entire advertising market and that returns to my earlier discussion with Senator Graham.

On neither of those levels do we confine our analysis to the broadcasters. We look at the entire marketplace in the case of mergers and diversity across the entire marketplace in the case of broadcasting newspaper ownership.

survenus après l'acquisition de groupes journalistiques qui n'étaient pas assujettis à notre permission aux termes de notre loi habilitante, mais nous avons introduit des mesures de sauvegarde, notamment le comité dont nous discutons tout à l'heure avec la présidente.

Nous avons beaucoup d'occasions d'exercer un contrôle sur de telles situations. Ce serait plus difficile pour ces stations d'obtenir l'approbation d'une forte concentration de la propriété, dépendant du moment choisi pour présenter la demande. Si quelqu'un obtient une approbation et achète ensuite un journal, nous ne pouvons pas y faire grand-chose, sinon de s'assurer que l'équilibre est réalisé en continu. Cela découle du fait que notre pouvoir s'applique aux entreprises de radiodiffusion et non pas aux journaux. Si, par contre, l'acquisition de journaux a eu lieu avant la demande de renouvellement, nous pouvons faire beaucoup plus. Dans les deux cas en question, c'est ce qui s'est passé et nous avons été en mesure de mettre en place des sauvegardes. Ce ne sera toutefois pas toujours le cas, tout dépendant du moment des transactions d'affaires et des acquisitions.

**La présidente:** Vos pouvoirs et votre mandat visent le réseau de radiodiffusion. Vous êtes chargé de veiller à la santé du réseau de radiodiffusion. Cependant, dans les cas de propriété croisée, examinez-vous l'impact de vos décisions sur la santé des médias imprimés qui se trouvent hors de votre compétence, ou bien dites-vous simplement: «Ce sera bon pour le radiodiffuseur et si c'est mauvais pour le journal, tant pis?»

**M. Dalfen:** Permettez que je m'explique. Je répondrai de deux manières à cette question. Premièrement, nous ne nous attardons pas au sort d'un journal dans cette décision; nous mettons l'accent sur les répercussions que le fusionnement en question aura sur le réseau de radiodiffusion. Cependant, ce faisant, nous ne nous limitons pas seulement à la concentration de la partie de l'équation qui concerne la radiodiffusion. Autrement dit, nous élargissons le champ de notre examen pour englober toute la question de la diversité des voix dans la collectivité et nous tenons compte de la propriété des journaux dans la collectivité en question.

Deuxièmement, pour nous prononcer sur la capacité d'absorber une nouvelle station ou avant d'approuver une fusion, nous examinons l'ensemble du marché publicitaire, en particulier lorsque, comme dans le cas d'Astral, nous avons constaté que des tarifs comparables étaient offerts aux annonceurs à la télé, dans les journaux et à la radio, en particulier dans les petites villes de Chicoutimi, Trois-Rivières et Sherbrooke. C'était tout à fait une question de choix. Nous avons examiné l'ensemble du marché de la publicité, ce qui nous ramène à ma discussion de tout à l'heure avec le sénateur Graham.

À aucun de ces deux niveaux, nous ne limitons notre analyse aux radiodiffuseurs. Nous examinons l'ensemble du marché dans le cas des fusionnements, et la diversité dans l'ensemble du marché dans le cas de la propriété croisée de radiodiffusion et de journaux.

We would not say that we are approving this or turning it down because of the newspaper business, per se. That is not within our mandate.

**The Chairman:** Mr. Dalfen, you explained earlier in this hearing how Canada has no laws or government directives on cross-ownership any more. Then you went on to explain how it seemed to be too difficult to imagine what such rules might say. That puzzled me.

The United Kingdom has figured out a way, even with its new liberalized system, to have rules that may not be particularly onerous, but they do exist and they differentiate between national, large and small markets.

The FCC, even with its new liberalized rules, differentiates between small and large markets. That department has managed to come up with a set of rules that are tailored to the circumstances of individual markets. Surely they are not smarter than we are?

**Mr. Dalfen:** I will make two comments in that regard. I am less familiar with the U.K. than I am with the U.S. We have all been reading about the recent imbroglio of the FCC in attempting to have rules loosened in regard to cross-media ownership.

Let us look at the two rules that they tried to change. The first was the newspaper ownership of a television station in the same market. They wanted to do what Canada did in 1985, which was to eliminate that restriction. As a government or a country, we made a decision that that was not a concern of ours in an absolute sense. The FCC maintained that rule and it is still in force because their attempt to change it has been tied up in the courts, and Congress does not like every aspect of it.

The government does not want to re-impose that kind of rule. That is not rocket science, you are quite right. We had it and we decided after three years not to have it as a country.

The other rule is raising the market share of television networks in the country. At present, networks are not allowed to own more than 35 stations that serve more than 35 per cent of market. After a tough fight, they decided to raise that to 45 per cent. Forty-five per cent of the U.S. market — even 35 per cent, which is the current rule — is 100 million people. The low threshold there is that you cannot go above 100 million people.

In Canada, by public policy, the CBC, CTV and Global are already at 95 per cent of the Canadian market. We did that for the good reason. We believe that in creating entities of size, when you factor in the English and French markets, a maximum of 25 million people can be reached rather than 100 million, as in the United States. If we do not do that, we will have entities that are too small to invest in the kind of programming that is the primary goal of the Broadcasting Act to achieve. Again, as a government and as a society, we have said that we want the CBC,

Nous ne dirions pas que nous approuvons ou refusons la demande à cause du secteur des journaux comme tel. Ce n'est pas dans notre mandat.

**La présidente:** Monsieur Dalfen, vous avez expliqué tout à l'heure, au début de l'audience, que le Canada n'a plus de lois ni de directives gouvernementales sur la propriété croisée. Ensuite, vous avez dit qu'il vous semblait trop difficile d'imaginer en quoi pourraient consister de telles règles. Cela m'a rendue perplexe.

Le Royaume-Uni a trouvé le moyen, même dans le cadre de son nouveau système libéralisé, de mettre en place des règles qui ne sont peut-être pas particulièrement contraignantes, mais elles n'en existent pas moins et elles établissent la distinction entre le marché national, les marchés importants et les petits marchés.

La FCC, même avec ses nouvelles règles plus souples, fait la distinction entre les grands et les petits marchés. Cet organisme a réussi à énoncer une série de règles qui sont taillées sur mesure pour s'adapter aux circonstances des marchés individuels. Ils ne sont sûrement pas plus intelligents que nous.

**M. Dalfen:** Je vais faire deux observations à ce sujet. Je connais moins le Royaume-Uni que les États-Unis. Nous avons tous lu des articles sur l'imbroglio récent dans lequel s'est enfoncée la FCC en tentant d'assouplir les règles sur la propriété croisée des médias.

Voyons les deux règles qu'ils ont essayé de changer. La première visait un journal propriétaire d'une station de télévision dans le même marché. Ils voulaient faire ce que le Canada avait fait en 1985, c'est-à-dire éliminer cette restriction. En tant que gouvernement ou que pays, nous avons décidé que ce n'était pas une préoccupation pour nous sur le plan absolu. La FCC a maintenu cette règle et elle est encore en vigueur parce que leur tentative pour la changer s'est embourbée devant les tribunaux, et le Congrès n'en aime pas tous les aspects.

Le gouvernement ne veut pas imposer de nouveau une règle de ce genre. Vous avez absolument raison de dire que ce n'est rien de bien difficile. Nous avions une telle règle et nous avons décidé après trois ans que nous n'en voulions plus dans notre pays.

L'autre règle vise l'augmentation de la part de marché d'un réseau de télévision dans l'ensemble du pays. À l'heure actuelle, les réseaux n'ont pas le droit de posséder plus de 35 stations desservant plus de 35 p. 100 du marché. Après une dure lutte, ils ont décidé de relever ce chiffre à 45 p. 100. Or 45 p. 100 du marché des États-Unis — ou même 35 p. 100, ce qui est la règle actuelle —, cela représente 100 millions de personnes. Le seuil imposé dans ce pays, c'est que l'on ne peut pas dépasser 100 millions de personnes.

Au Canada, en application de la politique publique, les réseaux SRC, CTV et Global possèdent déjà 95 p. 100 du marché canadien. Nous avons fait cela pour une bonne raison. Nous croyons qu'en créant des entités de taille appréciable, si l'on tient compte de l'existence de marchés anglophones et francophones, on peut rejoindre au maximum 25 millions de personnes au lieu de 100 millions aux États-Unis. Si nous ne faisons pas cela, nous retrouverions avec des entités trop petites pour investir dans une programmation correspondant à l'objectif fondamental de la



CTV and Global. CHUM is now at 70 per cent of the market. We are way beyond the American numbers in percentage terms, much lower in absolute number terms and competitive across the board. In every market you get those three. CHUM and others have an increasing market.

That is the approach we have taken in this country. Beyond that, those are the two American rules. What would be the next rule that would be the objective standard? It is hard to come up with something. That is what I was trying to get at in my previous answer. What do we now say? What is the proposition that would somehow try to limit that?

**The Chairman:** Do you prefer the current system where you do things on a case-by-case basis and, basically, everyone else must read the entrails of the decision and figure out what the system is?

**Mr. Dalfen:** It is clear that we have wanted the spread of these networks across the country. That has gone on for years. That is a national policy. We want these networks to develop. We want services in English and French to be brought right across the country wherever possible, rather than to limit broadcasters to a market share. That has been enacted, unlike the United States.

It is necessary for broadcasters to have that size to create the programming investment. We are putting out a notice today on how to encourage more dramatic programming on English language television. Drama is the most popular genre of programming and is watched by more viewers than any other category by a long shot. In all other categories — news and public affairs, sports — Canadians watch a majority of Canadian programs in those genres. In drama and comedy, the combined category, it is 11 per cent.

In our view, that number is not good enough. We are trying to create the programming that will tell the Canadian stories in ways that will attract the viewers to watch because no one forces you to stop at any point on the dial. Our thrust has been to have a bit of size and synergy so that we can get the investment amounts required to investment in that category.

That has been our national policy for years and years. I think that it is correct.

Newspaper and television in the same market have been on-again, off-again in Canada and it is —

**The Chairman:** You will apply the law as it is written.

**Mr. Dalfen:** Exactly.

**The Chairman:** One of the arguments that has been made quite forcefully here is that given the smaller Canadian market, to which you refer, and given the increasing fragmentation of the broadcast market, the only way for Canadian broadcasters to

Loi sur la radiodiffusion. Encore une fois, comme gouvernement et comme société, nous avons dit que nous voulons les réseaux SRC, CTV et Global. CHUM en est maintenant à 70 p. 100 du marché. Nous sommes bien au-delà des chiffres fixés par les Américains en pourcentage, même si les chiffres absolus sont beaucoup plus faibles, et il y a concurrence partout. Dans chaque marché, ces trois réseaux sont présents. CHUM et d'autres augmentent leur part du marché.

Voilà l'approche que nous avons adoptée dans notre pays. Autrement, ce sont là les deux règles américaines. Quelle serait la prochaine règle qui deviendrait le critère objectif? C'est difficile d'en arriver à quelque chose de précis. Voilà ce que j'essayais de dire dans ma réponse précédente. Que devons-nous dire maintenant? Quelle serait la proposition qui viserait, d'une manière ou d'une autre, à limiter cela?

**La présidente:** Préférez-vous le système actuel, dans lequel vous procédez au cas par cas, tous les autres intervenants devant essentiellement lire intégralement la décision et tenter de comprendre le système?

**M. Dalfen:** Il est clair que nous avons voulu que ces réseaux s'étendent à la grandeur du pays. C'est une politique nationale appliquée depuis des années. Nous voulons que ces réseaux se développent. Nous voulons des services en anglais et en français d'un bout à l'autre du pays dans la mesure du possible, au lieu de limiter les radiodiffuseurs à une certaine part du marché. C'est ce que nous avons fait, contrairement aux États-Unis.

Il est nécessaire pour les radiodiffuseurs d'avoir cette taille pour investir dans la programmation. Nous publions aujourd'hui un avis sur la façon d'encourager la production de dramatiques à la télévision de langue anglaise. Les dramatiques sont les émissions les plus populaires et attirent plus d'auditeurs que toute autre catégorie, de loin. Dans toutes les autres catégories, que ce soit les nouvelles, les affaires publiques, les sports, les Canadiens regardent en majorité des émissions canadiennes. Pour les dramatiques et les comédies, les deux ensembles, la proportion est de 11 p. 100.

À notre avis, ce chiffre est trop bas. Nous tentons de créer des émissions qui raconteront des histoires canadiennes et que les auditeurs seront intéressés à suivre parce que personne ne peut les forcer à syntoniser une station en particulier. Nous avons choisi de privilégier des réseaux d'une certaine taille et une certaine synergie pour obtenir des investissements suffisants dont on a besoin dans cette catégorie.

Telle est notre politique nationale depuis de longues années. Je pense que c'est la bonne.

Les journaux et la télévision dans le même marché ont été la réalité, par intermittence, au Canada, et c'est...

**La présidente:** Vous appliquerez la loi telle qu'elle est rédigée.

**M. Dalfen:** Exactement.

**La présidente:** L'un des arguments qui a été avancé avec force ici, c'est qu'étant donné la petite taille du marché canadien, que vous avez d'ailleurs évoquée, et la fragmentation accrue du marché de la radiodiffusion, la seule façon de permettre aux

survive is to permit serious concentration of ownership. Otherwise, the fragmentation eats it all away, and there is nothing left. That is an oversimplification, but is it a general theory to which you subscribe?

**Mr. Dalfen:** In general terms, we have said we need some synergy and some size to create the entities capable of doing the investing. That is not to say that market-by-market we should not be vigilant about the diversity of voices available to the public. That is primordial. That is the balance you have to achieve.

Again, reasonable people can differ on that. As far as we are concerned, we think we have the analysis. Given the Broadcasting Act, we must continue to do that.

Again, as you said earlier, we are told that you cannot grant a licence to an entity that owns a newspaper. We have lived with that for three years, and we will continue to live with it.

**Senator LaPierre:** You were doing a thing about drama today?

**Mr. Dalfen:** I think that it is tomorrow.

**Senator LaPierre:** You are repairing the damage that you caused in your 1999 decision?

**Mr. Dalfen:** Is that a question?

**Senator LaPierre:** I said, "You are repairing the damage that you did in 1999?" People have criticized 1999 as having put an end to the development of drama and Canadian content. Am I to gather that this will erase some of the damage that was done or create a new dimension?

I promised the chair that I would not be editorial, that I would control myself. Therefore, I will correct myself.

Does that mean essentially that you wish to give a new outburst of possibility for Canadian drama and comedy by this decision?

**Mr. Dalfen:** If I share with you the meaning of outburst, yes, I think that is correct.

**Senator LaPierre:** We have hope.

**Mr. Dalfen:** I am very hopeful. We have to improve it. There are issues in the 1999 policy that will be fair game for comment in this proceeding. It is open because we are trying to be solutions-oriented. We have to fix this.

**Senator LaPierre:** We are happy. If I were still at Telefilm, I would kiss your feet.

I would like to talk a bit about cross ownership. I see on page 3 of your brief all the cases in which the commission imposed a number of safeguards as conditions of licence. You have read them — maintaining, requiring, prohibiting, establishing and reporting.

All of those are window dressing to many people on the grounds that all these guys exist because of the same mother. Second, they all know each other. They probably all went to the

radiodiffuseurs canadiens de survivre est d'autoriser une sérieuse concentration de la propriété. Autrement, la fragmentation fait son oeuvre, et il ne reste rien. Je simplifie à l'extrême, mais est-ce là la théorie générale à laquelle vous souscrivez?

**M. Dalfen:** De façon générale, nous estimons avoir besoin d'une certaine synergie et d'un certain poids pour créer des entités capables d'assurer l'investissement. Cela ne signifie pas que dans chaque marché, il n'y a pas lieu d'être vigilant quant à la diversité des voix offertes au public. C'est primordial. Voilà l'équilibre qu'il faut tenter d'atteindre.

Encore là, des gens intelligents peuvent ne pas être d'accord. En ce qui nous concerne, c'est notre grille d'analyse. Compte tenu de la Loi sur la radiodiffusion, nous devons continuer en ce sens.

Encore une fois, comme vous l'avez dit tout à l'heure, nous ne pouvons accorder une licence à une entité propriétaire d'un journal. Nous composons avec cette situation depuis trois ans, et nous continuerons de le faire.

**Le sénateur LaPierre:** Vous avez dit que vous feriez une intervention au sujet des émissions dramatiques aujourd'hui?

**M. Dalfen:** Je pense que c'est pour demain.

**Le sénateur LaPierre:** Vous allez réparer les torts que vous avez causés à la suite de votre décision de 1999?

**M. Dalfen:** Est-ce une question?

**Le sénateur LaPierre:** J'ai dit: «Vous allez réparer les torts que vous avez causés en 1999?» D'aucuns vous reprochent d'avoir mis fin à la création d'émissions dramatiques et au contenu canadien en 1999. Dois-je comprendre que vous voulez ainsi réparer certains torts qui ont été causés ou créer une nouvelle dimension?

J'ai promis à la présidente de ne pas être critique, de me contrôler. Par conséquent, je vais reformuler ma question.

Au fond, cela signifie-t-il que vous souhaitez grâce à cette décision favoriser un nouvel essor de la comédie et de la dramaturgie canadiennes?

**M. Dalfen:** Si nous accordons la même signification au terme «essor», vous avez raison.

**Le sénateur LaPierre:** Il y a de l'espoir.

**M. Dalfen:** Je suis plein d'espoir. Nous devons améliorer la situation. Au cours de cet exercice, certains éléments de la politique de 1999 feront certainement l'objet de critiques. C'est un processus fondé sur l'ouverture puisque nous tentons de trouver des solutions. Nous devons régler le problème.

**Le sénateur LaPierre:** Nous sommes heureux. Si j'étais encore à Téléfilm, je vous baiserais les pieds.

J'aimerais vous parler brièvement de la propriété croisée. À la page 3 de votre mémoire, vous citez tous les cas où le Conseil a imposé plusieurs mesures de protection, comme conditions de licence. Et vous en avez fait lecture.

Toutes ces exigences sont de la poudre aux yeux pour bien des gens étant donné que tous ces intervenants existent parce qu'ils sont issus de la même mère. Deuxièmement, ils se connaissent



same journalism or business administration school. They talk to each other. They see each other. They drink with each other. They talk with each other. Blah, blah, blah.

Do you have a group of inspectors who see to it that none of these five rules are contravened, or do you wait until someone complains about it? In other words, do you have the equivalent of the RCMP or the special services of the CIA to monitor this? Otherwise, it is purely window dressing.

**Mr. Dalfen:** The window dressing argument was certainly presented to us. Those who simply wanted these transactions de-converged, so to speak, made that point, and we heard it.

On balance, we were persuaded, interestingly enough, by many of the journalists of whom you speak. They argued strongly for this. In some ways it is about jobs. It is about maintaining a job in the TV studio news department and not being taken over by the newspaper guy who is under the same ownership. The unions and journalists, by and large, called for these safeguards and supported them.

On your point about enforcement here, we are not the RCMP. It is a complaint-driven mechanism in two ways. One, the committee is being publicized. The other way is that they can come directly to us; they do not have to go to the committee.

There are conditions of licence, so they have consequences up to and including revocation per our earlier discussion for mandatory orders, which are enforced by the court. A full panoply is available for violation of the conditions of licence. However, we do not have teams of inspectors or investigators.

**Senator LaPierre:** I am told very often that there is a kind of coming together of the editorial rooms and journalism. A person does a story for the newspaper then appears on television later. I have seen that. You have seen that. If that is not a merger, what the hell is it?

**Mr. Dalfen:** That is interesting. You would know better than me, Senator LaPierre, as to how it actually works in practice.

A line was drawn between editorial and newsgathering. The broadcasters, and others, said that if you have a merger, there are benefits derived. One of those benefits is presumably that you can get more stories covered and more in-depth coverage by having journalists of both media involved in the story.

We did not try to separate newsgathering resources, but rather editorial decisions. As you read in my brief, the editorial boards are kept entirely separate.

tous. Ils ont sans doute tous fréquenté la même école de journalisme ou des hautes études commerciales. Ils parlent les uns avec les autres. Ils se rencontrent. Ils prennent un verre ensemble. Ils se parlent.

Disposez-vous d'un groupe d'inspecteurs pour vérifier que personne ne contreviendra à ces cinq règles, ou attendez-vous que quelqu'un loge une plainte à ce sujet? Autrement dit, possédez-vous l'équivalent de la GRC ou des services spéciaux de la CIA pour surveiller cela? Autrement, c'est simplement de la poudre aux yeux.

**M. Dalfen:** Ce n'est pas la première fois qu'on nous présente cet argument. Ceux qui souhaitent simplement la déconvergence de ces transactions, si l'on peut dire, nous ont fait valoir ce point de vue, et nous y avons été sensibles.

En bout de ligne, nous avons été convaincus — ce qui ne manque pas d'intérêt — par bon nombre des journalistes dont vous parlez. Ils étaient fortement en faveur de cela. À certains égards, c'est une question d'emplois. Ils veulent conserver leurs emplois au secteur des nouvelles du studio de télévision, ne pas les perdre au profit du journaliste de la presse écrite qui relève du même propriétaire. Globalement, les syndicats et les journalistes ont réclamé ces mesures de protection et les ont appuyées.

Nous sommes en présence d'un mécanisme déclenché par les plaintes de deux façons. Premièrement, le comité fait l'objet de publicité. Deuxièmement, les mécontents peuvent venir nous voir directement. Ils ne sont pas tenus de passer par le comité.

Il s'agit là des conditions de licence, de sorte que toute violation a des conséquences pouvant aller jusqu'à la révocation, comme nous en avons discuté tout à l'heure, pour ce qui est des ordonnances exécutoires appliquées par un tribunal. Une vaste gamme de sanctions sont prévues en cas de violation des conditions de la licence. Cependant, nous ne disposons pas d'équipes d'inspecteurs ou d'enquêteurs.

**Le sénateur LaPierre:** On me dit très souvent qu'il existe une sorte d'alliance entre la presse écrite et électronique. Quelqu'un rédige un article pour un journal et passe ensuite à la télévision. J'ai vu cela. Vous l'avez vu aussi. Si ce n'est pas une fusion, alors qu'est-ce que c'est?

**M. Dalfen:** C'est intéressant. Sénateur LaPierre, vous savez sans doute mieux que moi comment ces choses-là se passent en pratique.

On exige que soient distinctes les opérations ayant trait au contenu et à la présentation des nouvelles. Les radiodiffuseurs, et d'autres intervenants, ont affirmé que certains avantages peuvent découler d'une fusion. L'un de ces avantages est sans doute la possibilité de couvrir davantage de sujets de façon plus fouillée en ayant recours à des journalistes des deux médias.

Nous n'avons pas essayé d'établir une distinction au niveau des ressources de collecte des nouvelles, mais plutôt des décisions concernant le contenu. Comme vous avez pu le lire dans mon mémoire, les comités de rédaction sont entièrement distincts.

News people tell me that they know what the stories are. It is not rocket science. If there is a SARS epidemic, that is the story. Each will be covering it. How do they optimize and take advantage of symmetries to cover different aspects of the story? One might be better done visually, the other might be better as reportage. They will allocate newsgathering resources that way. However, the angle taken and the decision to cover that story are made independently. That is the theory.

**Senator LaPierre:** Is it possible for you to have someone look into whatever documents and let the committee know how much time was devoted in the past two years by the Global network to the Palestinian cause as opposed to the cause of Israel? It must be possible to find that out.

**Mr. Dalfen:** It is possible. Shall I take this as a complaint?

**Senator LaPierre:** No, I am not, for a moment, complaining. I need information before I complain.

**Mr. Dalfen:** When a complaint comes in, you have to decide what you want us to do. We engage an entire series of resources to carefully analyze programming of that kind. We prefer to make sure that it is triggered by a bona fide complaint, if it is a serious one.

**Senator LaPierre:** If it is triggered by an official member of this committee, it is not powerful enough for you?

**Mr. Dalfen:** It is an allocation of resources. If this committee would like me to do that and would find it helpful, we will do it.

**Senator LaPierre:** One more question. It has nothing to do with this. It has to do, sir, with new media. You do not regulate new media in any way, shape or form?

**Mr. Dalfen:** In our new media order, we said that there are certain activities on the Internet that could be considered broadcasting. However, in order to allow the medium to develop and find its own feet, we were going to exempt it for the foreseeable future.

**Senator LaPierre:** To those of us who think that television is our glorious past and new media is our future, how many people in the CRTC are expert on new media, and is there a division comparable to broadcasting?

**Mr. Dalfen:** There is not. The new media order, as you may be aware, was issued under both the Telecom Act and the Broadcasting Act, so there is not a discrete department in the organization, but there are people on both sides of the shop who focus on new media.

Les gens des services de nouvelles me disent qu'ils savent quelles sont les nouvelles. Pas nécessaire d'être un génie. S'il y a une épidémie de SRAS, c'est ça, la nouvelle. Chaque média en fera la couverture. Comment pourront-ils optimiser les symétries qui existent et en tirer parti pour couvrir les différents aspects de l'affaire? Dans certains cas, il peut être préférable de le faire visuellement alors que dans d'autres un reportage sera préférable. Les gestionnaires vont répartir les ressources de collecte de la nouvelle de cette façon. Cependant, les décisions concernant l'angle choisi et la couverture médiatique sont prises indépendamment. En principe.

**Le sénateur LaPierre:** Serait-il possible de demander à quelqu'un de faire des recherches et de dire au comité combien de temps le réseau Global a consacré à la cause palestinienne par opposition à la cause d'Israël? Il doit être possible de trouver cela.

**M. Dalfen:** C'est possible. Dois-je considérer cela comme une plainte?

**Le sénateur LaPierre:** Non, pour l'instant, je ne loge pas de plainte. J'ai besoin d'information avant de me plaindre.

**M. Dalfen:** En cas de plainte, vous devez décider ce que vous souhaitez que nous fassions. Nous engageons de multiples ressources pour analyser soigneusement la programmation de ce genre. Nous préférons nous assurer que cet exercice est déclenché par une plainte en bonne et due forme, s'il s'agit d'une plainte sérieuse.

**Le sénateur LaPierre:** Si l'exercice est requis par un membre officiel de notre comité, n'est-ce pas suffisant pour vous?

**M. Dalfen:** C'est une question d'allocation des ressources. Si votre comité souhaite que je me livre à cet exercice parce qu'il l'estime utile, nous le ferons.

**Le sénateur LaPierre:** J'ai une autre question qui n'a rien à voir avec la précédente. Elle porte sur les nouveaux médias. Vous ne réglementez pas les nouveaux médias de quelque façon que ce soit?

**M. Dalfen:** Dans notre ordonnance concernant les nouveaux médias, nous avons précisé que certaines activités sur Internet pourraient être considérées comme de la radiodiffusion. Cependant, afin de permettre à ce médium de se développer et de s'épanouir, nous avons décidé de l'exempter pour un avenir prévisible.

**Le sénateur LaPierre:** Pour la gouverne de ceux d'entre nous qui pensent que la télévision représente un passé glorieux et que les nouveaux médias sont notre avenir, combien de personnes au CRTC sont des experts des nouveaux médias? Existe-t-il une division comparable à celle de la radiodiffusion?

**M. Dalfen:** Non. Comme vous le savez peut-être, l'ordonnance relative aux nouveaux médias a été émise aux termes de la Loi sur les télécommunications et de la Loi sur la radiodiffusion. Il n'existe pas de service particulier qui s'en occupe au sein de l'organisation, mais d'un côté comme de l'autre de la maison, il y a des gens qui s'y intéressent.



**Senator LaPierre:** I am interested in those of content.

**Mr. Dalfen:** On the content of new media, per se, what would you say Mr. O'Sullivan?

**Mr. O'Sullivan:** Not in a systematic manner, because of the exemption order. We are keeping track of trends and —

[Translation]

**Senator LaPierre:** You have nothing to do with this.

**Mr. O'Sullivan:** In the absence of a specific request or a specific issue, it is more a matter of following the evolution in spirit.

**Senator LaPierre:** When you made a decision in the issue of Shaw and ExpressVu, did you take into consideration the impact this decision would have on the two or three funds that are attempting to create some Canadian content on the new media?

[English]

Did you really study that or, since it is none of your business, you did not care?

**Mr. Dalfen:** The answer to that is that a trade-off had to be made on that decision. The decision was made to preserve the money required to be contributed to the Canadian Television Fund in whole. The proposal put forward to us was to reduce that amount, and we said no, the Canadian Television Fund is going to be maintained in full. We did permit them to take monies; the total is 5 per cent, 4 per cent of that — of gross revenues of these broadcasting undertakings — has to be allocated to Canadian programming. Four per cent of the 5 per cent, or 80 per cent of that amount, goes to the Canadian Television Fund, and we said, do not touch that. The remaining 1 per cent goes to a variety of funds, including — not in Shaw's case but in ExpressVu's case — a fund that governs new media. We said that monies could be diverted from that fund, of the compulsory monies. We did not say that Bell could not continue to fund that fund in full, and top it up if it wished to; but in terms of compulsory monies, we said it could be diverted from other funds. In the case of Bell, it happens to be a new media fund. However, we did not look at each and every fund because there is more than that one. I do not know how many, but there are 10 or 12 funds for children's, and other sorts of programs, as well. Again, a decision had to be made.

**The Chairman:** Could I come back to the convergence issue for a moment? There has been a lot of talk about one specific story or set of stories, namely, the Star Académie event in Quebec, where Québecor created this thing on its own TV network and covered/promoted the dickens out of it in the *Journal de Montreal*, which is a huge newspaper.

I am not asking you to judge the quality of this event. There are conflicting views on that. We have had an eminent journalism professor suggest that this was a distortion of news values;

**Le sénateur LaPierre:** Pour ma part, c'est le contenu de ces médias qui m'intéresse.

**M. Dalfen:** Au sujet du contenu des nouveaux médias en soi, avez-vous quelque chose à ajouter, monsieur O'Sullivan?

**M. O'Sullivan:** Nous ne nous y attachons pas de façon systématique en raison de l'ordonnance d'exemption. Cela dit, nous nous tenons au courant des tendances et...

[Français]

**Le sénateur LaPierre:** Vous n'avez rien à faire avec cela.

**M. O'Sullivan:** En l'absence de demande spécifique ou de sujet spécifique, il est plutôt question de suivre l'évolution de l'esprit.

**Le sénateur LaPierre:** Quand vous avez décidé, au sujet de Shaw et d'Express Vu, avez-vous pris en considération l'impact de cette décision sur les deux, trois fonds qui s'occupent à créer du contenu pour «canadien content» sur «new media»?

[Traduction]

Avez-vous vraiment fait une étude à ce sujet ou vous en êtes vous peu soucié étant donné que cela ne relève pas de votre mandat?

**M. Dalfen:** En vérité, cette décision est issue d'un compromis. On a décidé de maintenir intégralement les sommes devant être versées au Fonds de télévision canadienne. On nous avait proposé de réduire ces sommes, ce que nous avons refusé. Le Fonds sera maintenu intégralement. Nous avons tout de même permis aux requérants de toucher certaines sommes totalisant 5 p. 100 des revenus bruts de leurs entreprises de radiodiffusion. De ce 5 p. 100, 4 p. 100 doit être consacré à la programmation canadienne. Quatre points de pourcentage sur cinq, donc 80 p. 100 de cette somme est versé au Fonds de télévision canadienne, et nous avons refusé qu'on y touche. Le 1 p. 100 qui reste est acheminé dans divers fonds, y compris un fonds qui régit les nouveaux médias — ce n'est pas le cas de Shaw, mais d'ExpressVu — et nous avons dit que des sommes pourraient être prélevées dans ce fonds et réacheminées. Nous n'avons pas dit que Bell ne pourrait pas continuer à financer ce fonds intégralement, voire l'augmenter; mais pour ce qui est des sommes obligatoires, nous avons déterminé qu'elles pourraient être prélevées dans d'autres fonds. Dans le cas de Bell, il se trouve qu'il s'agit d'un fonds consacré aux nouveaux médias. Cela dit, nous n'avons pas examiné chaque fonds en particulier puisqu'il y en a plus d'un. J'ignore combien, mais il y en a une dizaine ou une douzaine consacrés aux émissions pour enfants et à d'autres émissions également. Encore là, c'est une décision qu'il a fallu prendre.

**La présidente:** Pourrais-je revenir un instant à la question de la convergence? On a beaucoup parlé d'une histoire en particulier ou plutôt d'une série d'histoires, nommément l'émission Star Académie au Québec, que Québecor a créée sur son propre réseau de télévision et dont il a fait une promotion effrénée dans son quotidien le *Journal de Montréal*, qui a une audience énorme.

Je ne vous demande pas de juger de la qualité de cet événement. Il y a des points de vue contradictoires là-dessus. Nous avons entendu un éminent professeur de journalisme dire que c'était une

someone said it drove the Iraq war off the front page of the *Journal de Montréal*. Other people have suggested that this is a wonderful example of how convergence can be made to work, so I am not asking you to talk about the quality of it. However, when something like that happens, does anyone in the CRTC say, does this conform with the condition of licence that says they have to maintain separate and independent news management and presentation structures, and separate decisions on journalistic content and presentation? Does anyone look at this?

**Mr. Dalfen:** One of the primary objectives of the Broadcasting Act, as you know, is the promoting of Canadian programming and the promoting of Canadian stars that we can identify with, so that we want to watch Canadian television, because that is what we want. I guess we would see that activity as less a matter of journalism than of the synergies that you do get occasionally with cross-media ownership, where you can promote Canadian programming. Indeed, in all of the proceedings — in the TVA and the Global proceeding, in the *National Post*, in CTV and *The Globe and Mail* — one of the advantages put forward was just that, that this will give them an opportunity to do it.

Now, we have had complaints, and from time to time we examine it and have asked them at public hearings, where is the problem? Normally, the problem is on the other side, that perhaps the CanWest newspapers may be considered not to be doing enough of this to promote Canadian programs that might be carried on their stations. Therefore, when a company is doing it, we kind of feel that, on the whole, that is a positive thing. It promotes the Quebec star system, which a number of observers have agreed is part of why the problem we see in English language drama does not exist to anywhere near the same extent. Indeed, it quite the contrary in French Canada — identifiable stars, promoting these stars, reading about them in magazines, not all of which are controlled by Québecor, helps to promote it.

From our point of view, on the whole, that has been a positive activity. I doubt frankly that that comes from newsrooms, in the sense of what stories are we going to cover. I think that probably comes from the heads of the companies who say, let us use this vehicle to promote our Canadian stars. From our points of view, that is a good thing.

**The Chairman:** That is very interesting.

**Senator Day:** One area of questioning I wanted to get into — Senator LaPierre has largely asked the questions and you have answered and clarified — is with respect to the Internet and the World Wide Web and the role of the CRTC. Am I correct that you will be reviewing that policy in the next year?

distorsion des valeurs journalistiques; quelqu'un a dit que cela avait chassé la guerre en Iraq de la première page du *Journal de Montréal*. D'autres ont dit que c'est un merveilleux exemple d'une convergence réussie, et je ne vous demande donc pas de vous prononcer sur la qualité de tout cela. Cependant, devant un tel phénomène, est-ce que quelqu'un au CRTC se demande si tout cela est conforme à la condition de licence selon laquelle le propriétaire doit maintenir des structures séparées et indépendantes pour la gestion et la présentation des informations, et prendre des décisions séparées sur le contenu et la présentation journalistique? Est-ce que quelqu'un s'interroge là-dessus?

**M. Dalfen:** L'un des principaux objectifs de la Loi sur la radiodiffusion, comme vous le savez, c'est de promouvoir la programmation canadienne et de faire la promotion de vedettes canadiennes auxquelles nous pouvons nous identifier, pour que nous ayons envie de regarder la télévision canadienne, car c'est bien ce que nous voulons. Je suppose que nous considérons cette activité moins comme une question de journalisme que comme la synergie que l'on obtient à l'occasion grâce à la propriété croisée des médias, permettant de faire la promotion d'émissions canadiennes. En fait, dans toutes les affaires de ce type, autant TVA que Global, le *National Post*, CTV et le *Globe and Mail*, l'un des avantages avancés était justement que cela leur donnerait l'occasion de faire tout cela.

Maintenant, nous avons reçu des plaintes et nous les examinons de temps à autre et il nous est arrivé de demander aux intervenants durant les audiences publiques en quoi consistait la promotion. Normalement, le problème se situe de l'autre côté, quand on prétend par exemple que les journaux de la chaîne CanWest n'en font peut-être pas assez pour promouvoir les émissions canadiennes que les propriétaires diffusent sur leur station. Par conséquent, quand une compagnie le fait, nous estimons que, globalement, c'est un élément positif. Cela vient renforcer le système du vedettariat québécois, dont bon nombre d'observateurs reconnaissent qu'il explique pourquoi le problème que nous percevons dans la dramaturgie en langue anglaise n'existe pas ou est loin d'avoir la même acuité au Québec. En fait, c'est même tout à fait le contraire au Canada français: on y trouve des vedettes identifiables dont on fait la promotion dans les journaux et magazines, qui n'appartiennent d'ailleurs pas tous à Québecor.

De notre point de vue, dans l'ensemble, cette activité est positive. Je doute franchement que cela émane des salles de rédaction, en ce sens que l'on y déciderait de la teneur des reportages. Cela émane probablement plutôt des dirigeants des compagnies qui se disent: utilisons ce mécanisme pour faire la promotion de nos vedettes canadiennes. De notre point de vue, c'est une bonne chose.

**La présidente:** Voilà qui est très intéressant.

**Le sénateur Day:** Je voulais aborder un domaine dont le sénateur LaPierre a parlé tout à l'heure, et vous avez répondu à ses questions, je veux dire l'Internet et la toile mondiale et le rôle du CRTC. Ai-je raison de dire que vous allez réexaminer cette politique au cours de l'année prochaine?



**Mr. Dalfen:** In the next year or two, that will come around for review. Our exemption orders always come around for review four or five years after they are issued. Ms. Wylie reminded me that while, in that particular case, the new media funds were diverted from it, at the same time, in the benefits that are required to be paid by parties acquiring broadcasting media over the past few years, a huge amount of that money has been devoted to new media in one form or another — studies, programming, new techniques, institutes and so forth. I do not have the figures with me. I can get the numbers. In that sense, we have been highly encouraging of broadcasters to do this; and, of course, we have tried to promote convergence. It has worked in some ways, and perhaps not in other ways but new media is something that we see as front and centre; something that will develop.

If there is a need to regulate it — and the arguments were, down the road, how you can regulate what Canadians see on television when they can take equivalent programming on new media, and not regulate that? That was the question that was raised, and, on balance, we exempted them. It may come up again, but at the present time I guess you could call us monitoring it, and we do monitor it in our annual report.

**Senator Day:** I think it is important for Canadians to know that you are not ignoring it, you are monitoring it. It fits into your equation of balance and that kind of thing. You did indicate that you felt that you had jurisdiction, from a broadcasting point of view, if you wanted to exercise it. Is there a need for a change in the law to give you more of a legal basis either for monitoring or for regulating that?

**Mr. Dalfen:** That is a very good question. I do not think I can be definitive on that. I do not think so, is my initial reply but I want to get a quick word from counsel on whether he might add to that. I think we are okay as we are.

Counsel agrees with that, namely that, on first glance, I do not think it is a matter of expanding authority for us to do that. Again, he reminds us that enforcement will be all the more important on the Internet because it is elusive, as you know. It crosses borders, whereas a broadcasting installation has geographic limits, parameters, and so on. It is in your country in whole or part and you can deal with it; the Internet is much more difficult.

**Senator Day:** We are seeing that played out now with respect to the downloading of music and motion-pictures. We are seeing that very issue from a copyright point of view in the court system. That will, undoubtedly, provide some direction for you and some assistance when you do your review next year.

**M. Dalfen:** D'ici un an ou deux, ce sera le temps d'examiner tout cela. Nos ordonnances d'exemption doivent toujours être réexaminées quatre ou cinq ans après leur émission. Mme Wylie me rappelle que si, dans ce cas particulier, les fonds consacrés aux nouveaux médias en ont été détournés, par ailleurs, à même les sommes que sont tenus de payer les acquéreurs de médias de radiodiffusion, ces dernières années, une grande partie de cet argent a été consacrée aux nouveaux médias sous une forme ou sous une autre, études, programmation, nouvelles techniques, instituts, et cetera. Je n'ai pas les chiffres sous la main. Je peux les obtenir. En ce sens, nous avons donc fortement encouragé les radiodiffuseurs à faire tout cela; et, bien sûr, nous avons tenté de promouvoir la convergence. Cela a fonctionné à certains égards, peut-être pas à d'autres, mais les nouveaux médias nous apparaissent d'une importance cruciale et vont prendre de l'importance.

S'il y a une nécessité de réglementer ce domaine — et les arguments avancés à cet égard étaient de savoir comment l'on pourra dans l'avenir réglementer ce que les Canadiens regardent à la télévision alors qu'ils peuvent obtenir des émissions équivalentes à même les nouveaux médias, sans réglementer ces derniers? Telle était la question que l'on a soulevée et, globalement, nous les avons exemptés. La question sera peut-être reconsidérée, mais à l'heure actuelle, je suppose que l'on pourrait dire que nous surveillons le tout et nous en faisons état dans notre rapport annuel.

**Le sénateur Day:** Je pense qu'il est important que les Canadiens sachent que vous ne fermez pas les yeux sur tout cela, que vous suivez la situation. Cela a sa place dans votre équation équilibrée et tout le reste. Vous avez bien dit que vous estimez avoir compétence sur ce domaine, du point de vue de la radiodiffusion, si vous vouliez intervenir. Est-il besoin de modifier la loi pour vous donner des bases juridiques plus solides vous permettant de contrôler ou de réglementer tout cela?

**M. Dalfen:** C'est une très bonne question. Je ne pense pas pouvoir y répondre de façon définitive. Ma première réaction serait de dire que je ne le crois pas, mais je veux consulter rapidement mon avocat qui aura peut-être quelque chose à ajouter. Je pense que nous sommes satisfaits de la situation présente.

L'avocat est d'accord avec cela, c'est-à-dire qu'à première vue, je ne crois pas qu'il soit nécessaire de renforcer nos pouvoirs d'intervention dans ce domaine. Il nous rappelle qu'encore une fois, c'est l'exécution de la loi qui deviendra d'autant plus importante que l'Internet, comme on le sait, est insaisissable. Il transcende les frontières, tandis qu'une installation de radiodiffusion a des limites géographiques, des paramètres, et cetera. Leur activité se situe en tout ou en partie à l'intérieur du pays et l'on peut s'en occuper; pour l'Internet, c'est beaucoup plus difficile.

**Le sénateur Day:** La question se pose dès maintenant pour le téléchargement de la musique et des films. Les tribunaux sont saisis du problème sous l'angle du droit d'auteur. Nul doute que cela pourra vous aider et vous guider dans votre étude l'année prochaine.

The only other area that I wanted to ask you about is one of the conditions that you imposed and you indicated in your remarks here, namely, that of establishing monitoring committees. I understand that the monitoring committee is an independent, neutral committee established by the applicant. Is that correct? They pay for this independent monitoring committee. That was my understanding.

**Mr. Dalfen:** It is set out in the decisions but I was not so clear on the publicity, so I will check here as to the appointment. These are certainly independent people who are on the committee.

**Senator Day:** There would be an independent committee for each broadcaster who gets that condition; it is not one for Canada?

**Mr. Dalfen:** No.

**Senator Day:** There would be quite a few of them around, and this independent monitoring committee is required to report to the CRTC annually on any complaints filed?

**Mr. Dalfen:** Yes, once a year.

**Senator Day:** I understand that there have not been a lot of complaints reported by these independent committees. Has it occurred to you that maybe the public does not know who these independent monitoring committees are and what their mandate is and where to go to complain, or that they exist?

**Mr. Dalfen:** As I said, the applicant is committed to spending \$1 million in publicizing them, but my take away from this meeting is to actually check, first, on whether it has been spent; and, second, what techniques they are using to make people aware of it. The absence of complaints is either because things are fine or no one knows about it. We will take that away and if we have anything to add to what we said, we will add that to our homework.

**Senator Day:** Could you update the information we have, which is about a year old, as to how many of these independent, neutral monitoring committees exist? Give us a flavour as to how big they are, what they are and how many, and how many reports are involved.

**Mr. Dalfen:** I will try to give you as much information as possible because I would like to know that as well. How often do they meet? What is their agenda? We will try to give you a full flavour of that.

[Translation]

**Senator Corbin:** If possible, I would like the witness to comment on the following three points.

[English]

The *Maclean's* issue of September 29 of this year has an essay by Kirk Lapointe entitled, "Losing Faith in the Media: There's so much choice — so why do readers feel starved for accuracy?" It is

Le seul autre point que je voulais aborder concerne l'une des conditions que vous avez imposées et dont vous avez parlé dans votre allocution, nommément la création de comités de surveillance. Si je comprends bien, le Comité de surveillance est un comité neutre et indépendant créé par le requérant. C'est bien cela? C'est ce dernier qui assume le coût de la création de ce comité de surveillance indépendant. C'est ce que j'avais compris.

**M. Dalfen:** C'est énoncé dans les décisions, mais je n'étais pas certain au sujet de la publicité et je vais donc vérifier ici pour ce qui est de la nomination. Il est certain que ce sont des personnes indépendantes qui font partie du comité.

**Le sénateur Day:** Il y aurait un comité indépendant pour chaque radiodiffuseur qui est assujéti à cette condition; ce n'est pas un seul pour tout le Canada?

**M. Dalfen:** Non.

**Le sénateur Day:** Il y en aurait donc un bon nombre, et ce comité de surveillance indépendant est tenu de faire rapport annuellement au CRTC sur toute plainte dont il est saisi?

**M. Dalfen:** Oui, une fois par année.

**Le sénateur Day:** Si je comprends bien, ces comités indépendants n'ont pas rapporté beaucoup de plaintes. Vous est-il venu à l'esprit que le public ignore qui fait partie de ces comités indépendants, ne connaît pas leur mandat, ne sait pas à qui s'adresser pour porter plainte, ou même qu'il en ignore totalement l'existence?

**M. Dalfen:** Comme je l'ai dit, le requérant prend l'engagement de dépenser un million de dollars pour en faire la publicité, mais je m'engage, après la réunion, à vérifier, premièrement, si cet argent a été dépensé, et deuxièmement, quelles techniques sont utilisées pour s'assurer que les gens sont au courant. S'il y a absence de plainte, c'est soit parce que tout va bien, soit parce que personne n'est au courant. Nous en prenons bonne note et si nous avons quelque chose à ajouter à ce que nous avons dit ici, nous allons faire nos devoirs.

**Le sénateur Day:** Pouvez-vous mettre à jour l'information que nous avons, qui date d'environ un an, quant au nombre de ces comités de surveillance neutres et indépendants? Donnez-nous une idée de leur ampleur, de leur nature et de leur nombre, et du nombre de rapports qu'ils ont faits.

**M. Dalfen:** Je vais essayer de vous donner le plus de renseignements possibles, parce que j'aimerais bien le savoir moi aussi. À quelle fréquence se réunissent-ils? Quel est leur ordre du jour? Nous allons tenter de vous expliquer tout cela.

[Français]

**Le sénateur Corbin:** J'aimerais soulever trois points que le témoin pourrait commenter.

[Traduction]

Dans le numéro du 29 septembre de cette année du magazine *Maclean's*, on trouve un essai de Kirk Lapointe intitulé «Perte de confiance envers les médias: Le choix est si vaste, alors pourquoi



basically a comment on the findings of the Toronto polling firm Ipsos-Reid and Washington-based Pew Research Centre for the People and the Press. Kirk Lapointe states that:

...according to the survey, two-thirds believe special interests or a self-serving corporate-political agenda affect news coverage. Many are turning away from traditional outlets because they don't speak to people's values or practices. The disenfranchised include young people, women, and members of ethnic groups — a vast population — who are eagerly sampling alternatives. They are looking elsewhere to specialty channels, to E-zines and newsletters, even to late night talk shows...

I take that kind of comment to be, in a certain way, critical of your licence granting decisions. Now let me go to the other point.

This is from an article published in *L'actualité* of September 1, 2003.

[Translation]

The article in question, which appeared in a column about books, was penned by Jacques Godbout and is entitled "Paresse ou Omerta dans la presse". The word omerta is a reference to the Mafia code of silence. Mr. Godbout reviews a recently published work entitled "Black List", a collaborative effort of 15 prominent American journalists. The book is available in English as well as in French. Mr. Godbout quoted the following excerpt from this work:

Of all the trends observed in the world of journalism today, none is more insidious than the pervasiveness of press units and communications groups headed by conglomerates.

I would appreciate your comments on this statement.

The credit for the third saying goes to yours truly.

[English]

Are there not there days when you would like to throw the rulebook out the window and let your preferred view or common sense prevail, and can you give us an example of such an instance? In other words, are current laws as they apply to your mandate laws directives too loose and too constraining in terms of emerging trends and developments in the field of your application?

**Mr. Dalfen:** I will try to address your questions in order, senator. If I do not get at what you are trying to get at, please let me know.

les lecteurs ont-ils l'impression de ne pas trouver ce qu'ils cherchent?» L'article est essentiellement un commentaire sur les résultats d'un sondage effectué par la firme torontoise Ipsos-Reid et une organisation appelée Pew Research Centre for the People and the Press, qui a son siège à Washington. Kirk Lapointe déclare:

[...] les deux tiers des répondants au sondage croient que la couverture journalistique est faussée par des groupes d'intérêts spéciaux ou une attitude intéressée reflétant un parti pris politique ou les objectifs du monde des affaires. Beaucoup se détournent des sources traditionnelles d'information qui ne correspondent plus aux valeurs ou aux pratiques des gens. Les laissés pour compte englobent les jeunes, les femmes, les membres des groupes ethniques — une multitude de gens qui cherchent activement des solutions de rechange. Ils se tournent ailleurs, vers les canaux spécialisés, les magazines en ligne et bulletins électroniques, et même les émissions-causeries de fin de soirée [...]

D'une certaine manière, j'interprète des commentaires de ce genre comme des critiques envers vos décisions d'octroi de licences. Je passe maintenant à un autre point.

Voici un extrait d'un article publié dans *L'actualité* du 1er septembre 2003.

[Français]

C'est un article de Jacques Godbout publié sous la chronique «livres» et qui s'intitule «Paresse ou Omerta dans la presse»? Le mot «omerta» signifie la loi du silence dans les milieux proches de la mafia. M. Godbout fait un commentaire sur un livre publié récemment et qui a pour titre «Black List». Ce livre a été rédigé par 15 grands journalistes américains et est disponible en anglais et en français. Il cite ce passage:

De toutes les dérives auxquelles on assiste aujourd'hui dans la pratique journalistique, aucune n'est plus insidieuse que l'omniprésence de conglomerats à la tête de groupes de presse et de communication.

J'aimerais obtenir votre commentaire là-dessus.

La troisième citation est de moi-même.

[Traduction]

N'y a-t-il pas des jours où vous aimeriez faire table rase de toutes les règles et faire comme bon vous semble en vous fondant sur votre sens commun, et pourriez-vous nous en donner un exemple? Autrement dit, la législation actuelle régissant votre mandat vous impose-t-elle des directives trop contraignantes, compte tenu des tendances émergentes et des bouleversements dans votre domaine d'activité?

**M. Dalfen:** Je vais essayer de répondre à vos questions dans l'ordre, sénateur. Si je suis à côté de la question, je vous prie de me le faire savoir.

On Kirk Lapointe's point about disaffection, I think there is disaffection. I think young people are turning away from radio increasingly. They are downloading from the Internet. This is costing the Canadian record industry a lot of money. The record industry, over the last three years, has gone down 10 per cent per year, year after year. It is always tough.

**Senator Corbin:** Could I interrupt? The comments referred to news contents, reporting, investigative reporting and that kind of thing, not so much entertainment aspects but media.

**Mr. Dalfen:** From that point of view, though, I think Mr. Lapointe, in his own comments, proves that the system does contain the diversity. Two of the sources that he says people go to as alternatives are specialty services, which were set up precisely to provide niche services in different areas — and there are many news services in the specialties — as well as late night talk shows. What are they on? They are on radio. In effect, they are back in the broadcasting system in another part of it.

People read magazines on the Internet — I am sure we all do. You can check your cable dial, but you have CNN, CNN Headlines, BBC, TV5, and Fox news is now applying. There are hardly any services available anywhere in North America that Canadians do not have access to. Diversity of news sources on television alone is pretty broad. As to disaffection, I cannot really comment beyond that.

We try to accommodate views. In the new digital-category-2 services there are iChannel for information and news, CPAC and many others that try to address that demand; and we encourage it.

You mentioned ethnic viewers and we have just made a presentation to the UN rapporteur on one of the committees. There has been a tremendous amount of fresh licensing of ethnic and specialty services on radio and television in recent years. The curve shot up dramatically in the last two or three years. There is always room for more. Different groups want stations of their own. Our recent efforts have been highly directed to ensuring that that audience gets more and more outlets.

On *omerta* and the blacklist and conglomerates, we are always vigilant about concentration of ownership because everyone, with their common sense, believes that that has to be continually looked at. We try to do that and balance the costs and benefits of it. We know that it has to be looked at when we see concentration of ownership and media concentration. As a society and an agency we try to figure out how to take advantage of the benefits and not get overwhelmed by the disadvantages.

Au sujet de ce que dit Kirk Lapointe sur la désaffection, je crois qu'il y a en effet désaffection. Je pense que les jeunes se détournent de plus en plus de la radio. Ils téléchargent plutôt des fichiers sur Internet. Cela coûte beaucoup d'argent à l'industrie canadienne du disque, qui subit depuis trois ans une contraction de 10 p. 100 par année. C'est toujours dur.

**Le sénateur Corbin:** Puis-je vous interrompre? Les commentaires portaient sur les nouvelles, les affaires publiques, le reportage d'enquête et tout le reste, pas tellement sur le divertissement, mais plutôt les médias d'information.

**M. Dalfen:** De ce point de vue, je crois toutefois que M. Lapointe prouve par ses propres commentaires que le système renferme une certaine diversité. Deux des sources qu'il cite comme solution de rechange vers lesquelles les gens se tournent sont les services spécialisés, qui ont été créés précisément pour offrir des services dans des créneaux différents — et les services spécialisés offrent d'ailleurs beaucoup de bulletins d'information — et les émissions-causeries de fin de soirée. De quoi parle-t-on? De la radio. En fait, les gens se branchent simplement sur un autre volet du réseau de radiodiffusion.

Les gens lisent des magazines sur Internet — je suis certain que nous le faisons tous. Vous pouvez vérifier ce que votre câblodistributeur vous offre, mais vous avez CNN, CNN Headlines, BBC, TV5, et Fox fait maintenant une demande de canal de nouvelles. On peut difficilement trouver un seul service disponible en Amérique du Nord auquel les Canadiens n'ont pas accès. La diversité des sources de nouvelles à la télévision seulement est déjà très grande. Au sujet de la désaffection, je ne peux pas vraiment ajouter quoi que ce soit.

Nous essayons de tenir compte des points de vue divergents. Parmi les nouveaux services numériques de catégorie 2, il y a iChannel pour l'information et les actualités, CPAC et bien d'autres qui essaient de répondre à cette demande, et nous encourageons ce mouvement.

Vous avez mentionné les téléspectateurs membres des groupes ethniques et nous venons tout juste de faire une présentation au rapporteur de l'ONU à l'une des commissions. Il y a eu ces dernières années une flambée extraordinaire de nouvelles licences de services ethniques et spécialisés à la radio et à la télévision. Leur nombre a augmenté de façon spectaculaire depuis deux ou trois ans. Il y a toujours place pour faire mieux. Différents groupes veulent leur propre station. Récemment, nous avons accentué nos efforts pour s'assurer que cet auditoire obtienne des débouchés de plus en plus nombreux.

Au sujet de l'*omerta* et de la liste noire et des conglomérats, nous sommes toujours vigilants en matière de concentration de la propriété, parce que chacun sait d'instinct qu'il faut surveiller cela constamment. Nous essayons de le faire et de mettre dans la balance les coûts et les avantages. Nous savons qu'il faut examiner la situation quand nous voyons qu'il y a concentration de la propriété dans le secteur des médias. En tant que société et en tant qu'organisation, nous essayons de faire la part des choses et de tirer parti des avantages sans subir les inconvénients.



On common sense, when you regulate, building regulation upon regulation, the structure can often look a little rickety with one thing tacked on another and things pulled out. We try, on an ongoing basis, to tidy up, simplify and rationalize, because no one likes putting out a decision that does not appeal to common sense. We are sometimes bound by what has gone before and we want to ensure that we do not lurch from one set of decisions to another. There are always transitions and in those transitions the rules may not look 100 per cent commonsensical.

I can assure you that my colleagues and I on the commission, and our staff, have a very clear sense of common sense and we try to imbue all our decisions with it. I am sure that views on whether we always succeed differ, but we always aim for clarity and common sense.

**Senator Corbin:** Finally, how many of your decisions over the years have been legally challenged and brought to court?

**The Chairman:** Or to cabinet.

**Senator Corbin:** Yes, to cabinet or court? In other words, what is your popularity rating on a scale of 1 to 10?

**Mr. Dalfen:** The answer is very few. In licensing decisions involving six applicants, five will be unhappy because they did not win, and the winner may not be all that happy because he may not like the conditions. Five and a half negatives and half a positive is not exactly a winning political formula. Agencies such as ours have transparent, quasi-judicial procedures that adhere to the rules of natural justice.

Appealing to cabinet, to the extent that cabinet grants appeals, of course, attracts more appellants because if they can override us they will be back the next time. As that calls into question the very reason for the agency, that has had a good dampening effect.

There were three or four court cases in the last few years involving Québecor challenging a number of decisions and, subject to correction, without exception the courts ruled in our favour on the legal issues in the broadcasting cases brought to them.

We are not infallible, by any means, and we try very hard to make our applications as legally correct as we can, both in appeals to cabinet and to the courts. Very few challenges have been successful, and that shows that the system functions. If we were knocked down more times by cabinet and the courts there would be a divergence in the direction we were going, and I do not think that is great public policy.

Vous avez parlé de simple bon sens. Quant on réglemente et que l'on ne cesse d'ajouter règlement sur règlement, la structure d'ensemble prend souvent une allure hétéroclite car on fait constamment du rapiéçage. Nous essayons de façon continue de nettoyer le tout, de simplifier et de rationaliser, parce que personne n'aime rendre une décision qui semble contraire au bon sens. Nous sommes parfois liés par ce qui a été fait auparavant et nous voulons nous assurer de ne pas changer de cap constamment d'une décision à l'autre. Il y a toujours des transitions au cours desquelles les règles peuvent donner l'impression de ne pas être à 100 p. 100 dans la ligne du bon sens.

Je peux vous assurer que mes collègues et moi-même membres du Conseil, ainsi que tout notre personnel savons très bien où se situe le bon sens et que nous essayons d'en imprégner toutes nos décisions. Quant à savoir si nous y réussissons toujours, je suis sûr que les opinions divergent là-dessus, mais nous visons toujours la clarté et le bon sens.

**Le sénateur Corbin:** Enfin, combien de vos décisions au fil des années ont été contestées devant les tribunaux?

**La présidente:** Ou devant le Cabinet.

**Le sénateur Corbin:** Oui, que ce soit le Cabinet ou les tribunaux? Autrement dit, quel est votre niveau de popularité sur une échelle de 1 à 10?

**M. Dalfen:** La réponse, c'est un très petit nombre. Quand nous rendons une décision et accordons une licence que six entités avaient demandée, cinq candidats sont nécessairement mécontents parce qu'ils n'ont pas gagné, et le gagnant n'est pas nécessairement entièrement heureux lui-même parce qu'il n'aime peut-être pas les conditions. Quand le négatif se situe à cinq et demi, contre seulement un demi de positif, ce n'est pas exactement une formule gagnante sur le plan politique. Les organisations comme la nôtre suivent des procédures quasi judiciaires transparentes qui adhèrent aux règles de la justice naturelle.

Pour ce qui est de faire appel au Cabinet, dans la mesure où le Cabinet accueille favorablement les appels, c'est bien sûr plus attrayant pour les requérants parce que s'ils peuvent faire invalider notre décision, ils vont revenir à la charge la fois suivante. Comme cela remet en question la raison d'être de l'organisme, l'effet amortisseur a été assez prononcé.

Ces dernières années, il y a eu trois ou quatre affaires devant les tribunaux, dans lesquelles Québecor contestait un certain nombre de décisions et, sauf erreur, sans exception, la cour a toujours tranché en notre faveur sur les points juridiques en litige dans les affaires de radiodiffusion.

Nous ne sommes pas infallibles, loin de là, et nous essayons de toutes nos forces de rendre nos décisions inattaquables sur le plan juridique, que ce soit devant le Cabinet ou les tribunaux. Très peu de contestations ont été couronnées de succès, ce qui montre que le système fonctionne. Si nos décisions étaient invalidées plus souvent par le Cabinet et les tribunaux, notre orientation deviendrait ambiguë et je ne crois pas que ce serait intéressant sur le plan des affaires publiques.

**Senator Graham:** I am mindful of the clock and of the old maxim that the mind can only absorb what the seat can stand, so I shall try to restrain myself to one question.

I go back to the first comments by my colleague, Senator Day, when he referred to the Order in Council of 1982 that stipulated that the CRTC may not issue or renew licences to applicants effectively controlled, directly or indirectly, by the owner of a daily newspaper with a circulation of such and such, et cetera. That directive was rescinded, as explained by Senator Day, in 1985.

I do not think anything has consumed our time more in our discussions with our various witnesses than cross-ownership. Would the CRTC find it easier to operate if the government were to give very explicit directions with respect to cross-media ownership?

**Mr. Dalfen:** I do not think that would be an issue for us if the government felt strongly about that. Foreign ownership is in play now, as you know. It would change our balancing act. We would no longer be able to balance that issue.

In favour of that is clarity. On the other side, we have found cases in which there are benefits on the whole by applications from the synergies. Provided there are safeguards, that may, on the whole, be a good thing, and we have so concluded in a number of cases.

Standing back and looking at broadcasting policy overall, I would not invite such a directive, but we could live with it if that were the government's will.

**Senator Graham:** I was just thinking in terms of clarity.

**Senator Day:** Supplementary to that, I am going for clarity. When I asked that question earlier, I assumed that it was clear from the fact that there existed a prohibition and a prohibition was removed, that that was a signal from the government that you apply your general principles to it and it is possible. It is clear that cross-ownership is not prohibited; it can, under certain circumstances, be a good thing for Canadian society.

**Mr. Dalfen:** That is my interpretation.

**The Chairman:** Mr. Dalfen, Ms. Wylie, Mr. O'Sullivan, thank you very much. This has been a most informative session. We have, as you know, given you a whole lot of homework to do for us, which will be very helpful to us as we move forward.

The committee adjourned.

**Le sénateur Graham:** Je suis conscient que l'heure avance et je n'oublie pas le vieux dicton selon lequel l'esprit ne peut guère rester en éveil si l'arrière-train a la bougeotte, et je vais donc essayer de me limiter à une seule question.

J'en reviens aux premières observations de mon collègue le sénateur Day, quand il a fait allusion au décret du Conseil de 1982 qui stipulait que le CRTC ne pouvait accorder ou renouveler de licence aux candidats qui étaient contrôlés directement ou indirectement par le propriétaire d'un journal quotidien ayant un tirage de tant d'exemplaires, et cetera. Cette directive a été abrogée en 1985, comme le sénateur Day l'a dit.

Je ne crois pas que nous ayons consacré plus de temps, durant nos discussions avec nos divers témoins, à un autre sujet que la propriété croisée. Cela faciliterait-il la tâche du CRTC si le gouvernement donnait des directives très précises relativement à la propriété croisée des médias?

**M. Dalfen:** Je ne crois pas que ce serait un problème pour nous si le gouvernement avait des vues catégoriques là-dessus. La propriété étrangère est actuellement en jeu, comme vous le savez. Cela changerait notre exercice d'équilibrage. Nous ne pourrions plus mettre dans la balance le pour et le contre dans ce dossier.

L'avantage, c'est que ce serait plus clair. Par contre, nous avons trouvé des cas dans lesquels les avantages l'emportent globalement à cause de la synergie. Pourvu qu'il y ait des sauvegardes, cela peut être une bonne chose, dans l'ensemble, et nous avons tiré cette conclusion dans un certain nombre de cas.

Si je prends du recul et que j'examine l'ensemble de la politique de la radiodiffusion, je ne réclamerais pas une telle directive, mais nous pourrions nous en accommoder si telle était la volonté du gouvernement.

**Le sénateur Graham:** J'y vois l'avantage de la clarté.

**Le sénateur Day:** En guise de question supplémentaire, je penche en faveur de la clarté. Quand j'ai posé cette question tout à l'heure, je posais au départ qu'il ressortait clairement du fait qu'il existait une interdiction et qu'elle avait été supprimée que le gouvernement avait ainsi donné le signal que vous devez appliquer vos principes généraux et qu'il est possible de le faire. Il est donc clair que cette propriété croisée n'est pas interdite; dans certaines circonstances, cela peut être une bonne chose pour la société canadienne.

**M. Dalfen:** Telle est mon interprétation.

**La présidente:** Monsieur Dalfen, madame Wylie, monsieur O'Sullivan, je vous remercie beaucoup. Cette séance a été des plus utiles. Comme vous le savez, nous vous avons donné beaucoup de devoirs à faire pour nous, ce qui nous sera également très utile dans nos travaux.

La séance est levée.



*If undelivered, return COVER ONLY to:*  
Communication Canada – Publishing  
Ottawa, Ontario K1A 0S9

*En cas de non-livraison,  
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:*  
Communication Canada – Édition  
Ottawa (Ontario) K1A 0S9

#### WITNESSES

**Tuesday, September 23, 2003:**

**From the Competition Bureau,**

Gaston Jorré, Acting Commissioner of Competition;

Peter Sagar, Deputy Commissioner of Competition, Competition  
Policy Branch.

**Thursday, September 25, 2003:**

**From the Canadian Radio-Television and Telecommunications  
Commission:**

Charles Dalfen, Chairperson;

Andrée P. Wylie, Vice-Chairperson, Broadcasting;

Marc O'Sullivan, Executive Director, Broadcasting Directorate.

#### TÉMOINS

**Le mardi 23 septembre 2003:**

**Du Bureau de la concurrence:**

Gaston Jorré, Commissaire intérimaire de la concurrence;

Peter Sagar, Sous commissaire de la concurrence, Direction générale  
de la politique.

**Le jeudi 25 septembre 2003:**

**Du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes:**

Charles Dalfen, président;

Andrée P. Wylie, vice-présidente, Radiodiffusion;

Marc O'Sullivan, directeur général, Direction générale de la  
radiodiffusion;







Second Session  
Thirty-seventh Parliament, 2002-03

Deuxième session de la  
trente-septième législature, 2002-2003

## SENATE OF CANADA

---

## SÉNAT DU CANADA

---

*Proceedings of the Standing  
Senate Committee on*

*Délibérations du Comité  
sénatorial permanent des*

# Transport and Communications

# Transports et des communications

*Chair:*  
The Honourable JOAN FRASER

---

*Présidente:*  
L'honorable JOAN FRASER

---

Tuesday, October 7, 2003  
Thursday, October 9, 2003

---

Le mardi 7 octobre 2003  
Le jeudi 9 octobre 2003

---

Issue No. 14

Fascicule n° 14

**Eighteenth and nineteenth meetings on:**  
The current state of Canadian media industries

---

**Dix-huitième et dix-neuvième réunions concernant:**  
L'état actuel des industries de médias canadiennes

---

WITNESSES:  
(See back cover)

TÉMOINS:  
(Voir à l'endos)



THE STANDING SENATE COMMITTEE ON  
TRANSPORT AND COMMUNICATIONS

The Honourable Joan Fraser, *Chair*

The Honourable Leonard J. Gustafson, *Deputy Chair*  
and

The Honourable Senators:

Adams	Johnson
* Carstairs, P.C.	LaPierre
(or Robichaud, P.C.)	* Lynch-Staunton
Corbin	(or Kinsella)
Day	Merchant
Eyton	Phalen
Graham, P.C.	Spivak

\* *Ex Officio Members*

(Quorum 4)

*Changes in membership of the committee:*

Pursuant to rule 85(4), membership of the committee was amended as follows:

The name of the Honourable Senator Johnson substituted for that of the Honourable Senator Cochrane (*September 26, 2003*).

The name of the Honourable Senator Eyton substituted for that of the Honourable Senator Comeau (*September 26, 2003*).

The name of the Honourable Senator Forrestall substituted for that of the Honourable Senator Eyton (*October 6, 2003*).

The name of the Honourable Senator Eyton substituted for that of the Honourable Senator Forrestall (*October 7, 2003*).

LE COMITÉ SÉNATORIAL PERMANENT DES  
TRANSPORTS ET DES COMMUNICATIONS

*Présidente:* L'honorable Joan Fraser

*Vice-président:* L'honorable Leonard J. Gustafson  
et

Les honorables sénateurs:

Adams	Johnson
* Carstairs, c.p.	LaPierre
(ou Robichaud, c.p.)	* Lynch-Staunton
Corbin	(ou Kinsella)
Day	Merchant
Eyton	Phalen
Graham, c.p.	Spivak

\* *Membres d'office*

(Quorum 4)

*Modifications de la composition du comité:*

Conformément à l'article 85(4) du Règlement, la liste des membres du comité est modifiée, ainsi qu'il suit:

Le nom de l'honorable sénateur Johnson est substitué à celui de l'honorable sénateur Cochrane (*le 26 septembre 2003*).

Le nom de l'honorable sénateur Eyton est substitué à celui de l'honorable sénateur Comeau (*le 26 septembre 2003*).

Le nom de l'honorable sénateur Forrestall est substitué à celui de l'honorable sénateur Eyton (*le 6 octobre 2003*).

Le nom de l'honorable sénateur Eyton est substitué à celui de l'honorable sénateur Forrestall (*le 7 octobre 2003*).

**MINUTES OF PROCEEDINGS**

OTTAWA, Tuesday, October 7, 2003  
(31)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 9:38 a.m., in room 505, Victoria Building, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

*Members of the committee present:* The Honourable Senators Adams, Corbin, Forrestall, Fraser, and Graham, P.C. (5).

*Other senator present:* The Honourable Senator Massicotte (1).

*In attendance:* Terrence Thomas, Research Officer, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament.

*Also in attendance:* The official reporters of the Senate.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Wednesday, March 19, 2003, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (*For complete text of Order of Reference, see proceedings of the Committee, Issue No. 6, dated March 20, 2003.*)

**WITNESSES:**

*From Rogers Communications Inc.:*

Philip B. Lind, Vice-Chairman;  
Ken Engelhart, Vice-President, Regulatory Law;  
Alain Strati, Director, Regulatory Affairs.

*From Rogers Media Inc.:*

Anthony P. Viner, President.

*From Rogers Publishing Limited:*

Brian Segal, President and Chief Executive Officer.

Mr. Lind made a presentation and, with Messrs. Viner, Segal, Engelhart, and Strati, answered questions.

At 11:16 a.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

**ATTEST:**

OTTAWA, Thursday, October 9, 2003  
(32)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 10:46 a.m., in room 160-S, Centre Block, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

*Members of the committee present:* The Honourable Senators Corbin, Day, Fraser, Graham, P.C., Gustafson, LaPierre, and Phalen (7).

**PROCÈS-VERBAUX**

OTTAWA, le mardi 7 octobre 2003  
(31)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 9 h 38, dans la pièce 505 de l'édifice Victoria, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

*Membres du comité présents:* Les honorables Adams, Corbin, Forrestall, Fraser et Graham, c.p. (5).

*Autre sénateur présent:* L'honorable sénateur Massicotte (1).

*Également présent:* Terrence Thomas, attaché de recherche, Direction de la recherche parlementaire, Bibliothèque du Parlement.

*Aussi présents:* Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mercredi 19 mars 2003, le comité poursuit son examen de l'état actuel de l'industrie de médias canadienne. (*Le texte intégral de l'ordre de renvoi se trouve dans le fascicule n° 6 des Délibérations du comité du 20 mars 2003.*)

**TÉMOINS:**

*De Rogers Communications Inc.:*

Philip B. Lind, vice-président;  
Ken Engelhart, vice-président, Réglementation;  
Alain Strati, directeur, Affaires réglementaires.

*De Rogers Media Inc.:*

Anthony P. Viner, président.

*De Rogers Publishing Limited:*

Brian Segal, président-directeur général.

M. Lind fait un exposé puis, avec l'aide de MM. Viner, Segal, Engelhart et Strati, répond aux questions.

À 11 h 16, il est convenu que le comité suspende ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

**ATTESTÉ:**

OTTAWA, le jeudi 9 octobre 2003  
(32)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 10 h 46, dans la pièce 160-S de l'édifice du Centre, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

*Membres du comité présents:* Les honorables sénateurs Corbin, Day, Fraser, Graham, c.p., Gustafson, LaPierre et Phalen (7).



*In attendance:* Terrence Thomas and Joseph Jackson, Research Officers, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament.

*Also in attendance:* The official reporters of the Senate.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Wednesday, March 19, 2003, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (For complete text of Order of Reference, see proceedings of the Committee, Issue No. 6, dated March 20, 2003.)

**WITNESSES:**

*From Our Public Airwaves:*

Arthur Lewis, Director General;

Sheila Petzold, Chair of the Coordinating Committee;

Doug Willard, Past President of the Canadian Teachers' Federation.

Mr. Lewis made a presentation and, with Ms. Petzold and Mr. Willard, answered questions.

At 12:38 p.m. the committee proceeded in camera, pursuant to rule 92(2)(e), to consider its agenda.

At 12:51 p.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

**ATTEST:**

*Le greffier du comité,*

Till Heyde

*Clerk of the Committee*

*Également présents:* Terrence Thomas et Joseph Jackson, attachés de recherche, Direction de la recherche parlementaire, Bibliothèque du Parlement.

*Aussi présents:* Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mercredi 19 mars 2003, le comité poursuit son examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*Le texte intégral de l'ordre de renvoi se trouve dans le fascicule n° 6 des Délibérations du comité du 20 mars 2003.*)

**TÉMOINS:**

*De Nos ondes publiques:*

Arthur Lewis, directeur général;

Sheila Petzold, présidente du Comité de coordination;

Doug Willard, ancien président de la Fédération canadienne des enseignantes et des enseignants.

M. Lewis fait un exposé puis, avec l'aide de Mme Petzold et de M. Willard, répond aux questions.

À 12 h 38, le comité poursuit ses délibérations à huis clos, conformément à l'alinéa 92(2)e) du Règlement, pour examiner son programme.

À 12 h 51, il est convenu que le comité suspende ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

**ATTESTÉ:**

**EVIDENCE**

OTTAWA, Tuesday, October 7, 2003

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 9:38 a.m. to study the Canadian news media.

**Hon. Joan Fraser** (*Chairman*) in the Chair.

[*Translation*]

**The Chair:** The committee is examining the issue of the role government should play in helping our news media remain vigorous, independent and diversified, in the context of the upheavals that have affected this field in recent years, particularly globalization, technological change, convergence and concentration of ownership.

[*English*]

Today, we are pleased to welcome representatives of Rogers Communications, Mr. Lind, Mr. Engelhart and Mr. Strati; from Rogers Media, Mr. Viner; and from Maclean Hunter Publishing, Mr. Segal.

I would ask each witness to make an opening statement after which we will go to questions. Mr. Lind, please proceed.

**Mr. Philip B. Lind, Vice-Chairman, Rogers Communications Inc.:** Rogers Communications Inc. is a Canadian company with three separate operating divisions: Rogers Cable, Rogers Wireless and Rogers Media. Rogers Cable is Canada's largest cable television operator. We provide cable service to 2.3 million Canadians, and Rogers Wireless provides voice and data to 3.5 million subscribers.

The roots of Rogers Communications are in the Canadian media industry. Ted Rogers started the business more than 40 years ago with a single FM radio station in Toronto, CHFI. Today, Rogers Media has grown to become one of Canada's largest media companies, with a diverse portfolio of media assets. Rogers Media consists of three main operating divisions: Rogers Broadcasting, Rogers Sports Net and Rogers Publishing. The Rogers Broadcasting Group consists of radio, TV, digital categories 1 and 2, as well as the Shopping Channel.

The radio division owns and operates 43 radio stations in the provinces of Ontario, Manitoba, Alberta and British Columbia. We are recognized for our radio programming expertise and for our willingness to invest in innovation and diversity. For example, we introduced the all-news station format in Toronto with the launch of 680 News in Toronto.

The television division consists of two ethnic TV stations, OMNI.1 and OMNI.2. These two stations provide multicultural and multilingual programming to 40 different ethnic groups

**TÉMOIGNAGES**

OTTAWA, le mardi 7 octobre 2003

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 9 h 38 pour faire l'étude des médias canadiens d'actualité.

**L'honorable Joan Fraser** (*présidente*) occupe le fauteuil.

[*Français*]

**La présidente:** Le comité examine la question du rôle que l'État devrait jouer pour aider nos médias d'actualités à demeurer vigoureux, indépendants et diversifiés dans le contexte des bouleversements qui ont touché ce domaine au cours des dernières années — notamment la mondialisation, les changements technologiques, la convergence et la concentration de la propriété.

[*Traduction*]

Nous sommes heureux d'accueillir aujourd'hui MM. Lind, Engelhart et Strati, représentants de Rogers Communications; M. Viner, de Rogers Media, et M. Segal, de Maclean Hunter Publishing.

Je prie chacun des témoins de faire une première déclaration, après quoi nous passerons aux questions. Allez-y monsieur Lind.

**M. Philip B. Lind, vice-président, Rogers Communications Inc.:** Rogers communication Inc. est une société canadienne composée de trois sociétés actives distinctes: Rogers Cable, Rogers Sans-fil et Rogers Media. Rogers Cable est le plus gros câblodistributeur au Canada. Nous offrons un service de télédistribution à 2,3 millions de Canadiens, et Rogers Sans-fil Inc. offre des services de transmission voix-données sans fil à 3,5 millions de clients.

L'entreprise Rogers Communications est née dans le secteur canadien des médias. Ted Rogers s'est lancé en affaires il y a plus de 40 ans avec une seule station radio FM, CHFI. Rogers Media a connu une telle croissance que l'entreprise est devenue de nos jours l'une des plus grandes sociétés du domaine des médias au Canada, possédant un portefeuille très diversifié d'actifs dans ce secteur. Rogers Media est constituée de trois grandes unités d'exploitation: Rogers Broadcasting, Rogers Sportsnet et Rogers Publishing. Le groupe Rogers Broadcasting englobe des services de radio et de télévision, des services numériques de catégories 1 et 2 ainsi que le canal de téléachat Shopping Channel.

La division de la radio possède et exploite 43 stations radio réparties dans les provinces d'Ontario, du Manitoba, d'Alberta et de la Colombie-Britannique. Nous sommes reconnus pour notre expertise en production d'émissions de radio et pour notre volonté d'investir dans l'innovation et la diversité. Par exemple, nous avons créé le concept de la station d'information continue au Canada avec le lancement de 680 News à Toronto.

La division de la télévision est constituée de deux canaux, OMNI.1 et OMNI.2, offrant une programmation multilingue et multiculturelle à 40 groupes ethniques distincts, dans 33 langues.

in 33 languages. OMNI TV produces five separate newscasts in five different languages, each with its own editorial perspective.

We operate three digital TV networks: the Biography Channel, TechTV and MSNBC Canada.

Rogers Sports Net was launched in October 1998 and is a regional, all-sports specialty television network. Our service consists of four regional feeds that serve four different regions, focusing on home teams and hometown sports heroes.

Rogers Media publishes over 65 magazines *Maclean's* and *trade publication titles*. Our national brands include *Maclean's*, *Canadian Business*, *Flare*, *Chatelaine* and *L'actualité*. Approximately 45 per cent of Canadians read one or more of Rogers consumer magazines each month.

Two important programs administered by Canadian Heritage support Canadian publishing: the Publications Assistance Program provides postal subsidies that are vital to the financial health of all Canadian magazine publishers, including our own. The second program, the Canadian Magazine Fund, has allowed us to improve our publications, thereby increasing our readership.

At Rogers, we do not have a common editorial stance for our magazines, radio stations or television stations. Indeed, even within our two television stations there are a huge number of ethnic public affairs shows that are responsible for their own editorial positions. Rogers' responsibility at our television stations is to ensure that the content complies with CRTC policies and guidelines and that it is accurate, balanced and fair. Each of our magazines and radio stations develops their own positions, while we seek only to ensure that they have the highest standards of journalism and integrity. Each magazine editorial is signed by the editor or by the editorial board. In all cases, editorials are written by journalists and not by business executives.

Much has been written about the failure of converged media companies to generate large synergies. We would agree that many of the convergence benefits from combining print and broadcast have not materialized and that the real synergies are much more modest. Nevertheless, we believe that Rogers Media is an effective media company and that our diverse collection of assets in part accounts for our success. The synergies that we have achieved fall into the following categories: advertising sales, content sharing and career opportunities. That is more important than convergence.

Large media companies like Rogers have the scale necessary to launch new magazines, radio or television stations. Our scale allows us to monitor emerging trends, invest in new technologies and assemble the human resources needed to grow and nurture

OMNI Television produit cinq journaux télévisés distincts, dans autant de langues, chacun adoptant sa propre perspective éditoriale.

Nous exploitons également trois nouveaux réseaux de télévision: le Biography Channel, TechTV et MSNBC Canada.

Rogers Sportsnet a été créé en octobre 1998. Il s'agit d'un réseau de télévision spécialisée dans les sports à l'échelle régionale. Il est constitué de quatre stations régionales qui desservent autant de régions, et met l'accent sur les équipes de la région et les héros locaux.

Rogers Media édite plus de 65 magazines et revues spécialisées. Nos publications à diffusion nationale sont notamment *Maclean's*, *Canadian Business*, *Flare*, *Châtelaine* et *L'actualité*. Environ 45 p. 100 des Canadiens lisent au moins un magazine d'intérêt général de Rogers chaque mois.

Il existe deux programmes importants, administrés par Patrimoine canadien, qui soutiennent l'industrie canadienne de l'édition. Le Programme d'aide aux publications fournit des subventions postales essentielles à la santé financière de toutes les maisons d'édition de magazines du Canada, y compris la nôtre. Le second programme, le Fonds du Canada pour les magazines, nous a permis d'améliorer nos publications, ce qui a fait augmenter notre lectorat.

Chez Rogers, nous n'avons pas de position éditoriale commune pour nos magazines, nos stations radio ou nos canaux de télévision. En fait, même à l'intérieur de nos deux canaux de télévision, il y a un très grand nombre d'émissions d'affaires publiques à caractère ethnique dont chacune est responsable de la définition de ses propres positions éditoriales. La responsabilité de Rogers au regard de ses canaux de télévision est de veiller à ce que le contenu soit conforme aux politiques et aux directives du CRTC et à ce qu'il soit exact, équilibré et équitable. Nos magazines et nos stations radio élaborent leurs propres positions, tandis que nous cherchons seulement à nous assurer qu'ils appliquent les normes les plus élevées en matière de journalisme et d'intégrité. Tous les éditoriaux de nos magazines sont signés par le rédacteur en chef ou par le comité éditorial. Ces éditoriaux sont toujours rédigés par des journalistes, et non par des dirigeants d'entreprise.

On a écrit beaucoup de choses à propos de l'incapacité des sociétés propriétaires de médias différents de générer d'importantes synergies. Nous convenons que beaucoup des avantages supposés de la convergence provenant de la combinaison de l'imprimé et de la radiodiffusion ne se sont pas concrétisés et que les synergies réelles sont plus modestes. Nous croyons néanmoins que Rogers Media est une entreprise très efficace et que la diversité de nos actifs explique en partie notre succès. Les synergies que nous avons réalisées se répartissent dans les catégories suivantes: la vente de la publicité, la mise en commun du contenu et les perspectives de carrières, ce qui est plus important que la convergence.

Les grandes sociétés comme Rogers peuvent se permettre d'investir dans de nouvelles entreprises, comme la création de magazines, de stations radio ou de canaux de télévision. Notre taille nous donne la latitude voulue pour surveiller les nouvelles



Canadian media properties. In an era when audience fragmentation is so pervasive, large Canadian media companies are needed to ensure that the Canadian message is heard.

A number of witnesses who appeared before this committee have expressed a concern regarding cross ownership of television and newspapers. Rogers does not own a daily newspaper, although at one time we did own the *Toronto Sun*. As noted above, we do own radio stations, ethnic television stations, specialty television stations and magazines.

The concerns regarding cross-media ownership rest on the premise that cross-media ownership prevents Canadians from having access to a diverse source of news and information services. We strongly disagree with this premise.

There has never been a greater source of news and information for Canadians. People in Toronto can read *The Toronto Star*, *The Globe and Mail* and the *National Post*, in addition to viewing hundreds of television stations, hundreds of magazines, countless numbers of community newspapers and an almost limitless number of Web sites.

While Toronto has more newspapers than other Canadian cities, the amount of news and information available to Canadians from different sources has never been greater. With satellite television, even Canadians in the most remote parts of the country can receive hundreds of different channels from Canada and abroad.

Internet access is available almost everywhere. Rogers provides high speed Internet access across all its licensed areas and the federal government is now seeking to roll out this high speed Internet to rural and remote areas.

Rogers is not requesting foreign ownership liberalization for Canadian content industries. We do feel strongly, however, that foreign ownership restrictions for carriage industries, telecommunications and cable television, should be removed. Foreign ownership restrictions raise the cost of capital, which makes it expensive for Canadian service providers like Rogers to keep their networks modern and up-to-date.

The content industries, on the other hand, are not capital intensive. Content requires high operating costs, including lots of personnel, but it does not require large expenses in capital. At the same time, the content industries are obviously much more important for Canadian culture than the carriage industries. For these reasons, we believe that the liberalization of the foreign

tendances, investir dans de nouvelles technologies et rassembler les ressources humaines nécessaires pour développer et améliorer les médias canadiens. À notre époque, où l'auditoire est très fragmenté, les grandes sociétés canadiennes de médias sont nécessaires pour assurer une bonne diffusion du message canadien.

Certains des témoins qui se sont présentés devant le comité ont exprimé des inquiétudes au sujet de la propriété croisée de canaux de télévision et de journaux. Rogers ne possède pas de quotidien actuellement, bien qu'à un certain moment la société ait été propriétaire du *Toronto Sun*. Comme nous l'avons dit précédemment, nous possédons des stations radio, des canaux de télévision à contenu multiculturel, des canaux de télévision spécialisés et des magazines.

Ces inquiétudes reposent sur la prémisse voulant qu'une telle propriété croisée des médias priverait les Canadiens d'un accès à des sources diversifiées de nouvelles et d'information. Nous sommes totalement en désaccord avec cette proposition.

Il n'y a jamais eu autant de sources de nouvelles et d'information pour les Canadiens. Les gens de Toronto peuvent lire le *Toronto Star*, le *Globe and Mail* et le *National Post*, et peuvent en outre regarder des centaines de canaux de télévision, lire des centaines de magazines et d'innombrables journaux communautaires et consulter un nombre presque illimité de sites Web.

S'il est vrai qu'il y a plus de journaux à Toronto que dans les autres villes canadiennes, le volume de nouvelles et d'informations de sources diverses auxquelles les Canadiens ont accès est plus important qu'il ne l'a jamais été. Avec la télévision par satellite, même les Canadiens habitant dans les parties les plus lointaines du pays peuvent capter des centaines de chaînes du Canada et d'ailleurs dans le monde.

Internet est disponible presque partout. Rogers offre Internet haute vitesse dans toutes les régions où il a la licence nécessaire, et le gouvernement fédéral cherche maintenant à donner accès à ce service aux régions rurales et éloignées.

Rogers ne demande pas un assouplissement des règles touchant la propriété étrangère pour les entreprises canadiennes créatrices de contenu. Nous sommes cependant fortement convaincus que les restrictions relatives à la propriété étrangère devraient être éliminées dans le secteur de la distribution, soit les télécommunications et la câblodistribution. Les restrictions imposées sur la propriété étrangère augmentent le coût du capital, de sorte qu'il en coûte cher pour des fournisseurs de services canadiens comme Rogers de moderniser leurs réseaux et de les maintenir à niveau.

Par contre, le secteur du contenu ne requiert pas des immobilisations majeures. La création du contenu entraîne des coûts d'exploitation élevés et exige notamment beaucoup de personnel, mais elle n'exige pas de fortes dépenses en immobilisations. En outre, les entreprises du secteur du contenu sont évidemment beaucoup plus importantes pour la culture

ownership rules for cable and telecommunications should proceed quickly but that liberalization for television, radio and print are not required.

**Senator Graham:** Welcome to all the witnesses. You are all recognizable by face and by reputation, and the reputation is commendable.

Mr. Lind, we had one witness before the committee who suggested that, if foreign ownership restrictions were lifted in Canada, there would not be a wave of foreign capital flowing to Canada because of the different regulatory and tax environment in Canada versus the U.S. Do you agree with that assessment?

**Mr. Lind:** If the requirements were lifted for carrier regulations?

**Senator Graham:** Yes.

**Mr. Lind:** I think there would be some more foreign investment in Canada, yes.

**Senator Graham:** There would be?

**Mr. Lind:** I also agree that there is a different regulatory environment in Canada. People would have to wade in here cautiously, but I think they would and could.

**Senator Graham:** Are there any other effects, in addition to any changes in the cost of capital, which you would expect if foreign ownership restrictions were reduced, or eliminated?

**Mr. Lind:** No. It is the cost of the capital that puts us at a disadvantage, even against other bigger Canadian media outlets such as phone companies. They get capital cheaper than we do because they are considerably larger than we are.

**Senator Graham:** Is there any kind of integration between the newsrooms of your magazines and your radio and television outlets?

**Mr. Lind:** I will let Mr. Viner answer that question.

**Mr. Anthony P. Viner, President, Rogers Media Inc.:** All of our media properties have separate editorial and newsrooms. It is a way in which our company has functioned throughout time. There is no common editorial policy. Each of our media products has their own policy.

**Senator Graham:** Do you think there is a danger of our news becoming Americanized?

**Mr. Viner:** Perhaps I could ask you to define "Americanized," if you mean by that sensational?

**Senator Forrestall:** Just look at California today.

**Mr. Viner:** I think the recall, senator, is not the same.

canadienne que celles du secteur de la distribution. Pour ces raisons, nous croyons qu'il devrait y avoir rapidement un assouplissement des règles sur la propriété étrangère pour la câblodistribution et les télécommunications, mais qu'un tel assouplissement n'est pas nécessaire pour la télévision, la radio et l'imprimé.

**Le sénateur Graham:** Je souhaite la bienvenue à tous les témoins. Vous êtes tous reconnaissables de face et de réputation, et cette réputation est respectable.

Monsieur Lind, un témoin qui a comparu devant notre comité a laissé entendre que, si les restrictions à la propriété étrangère étaient levées au Canada, il n'y aurait pas d'afflux massif de capitaux étrangers au Canada, à cause des différences de réglementation et de fiscalité entre le Canada et les États-Unis. Êtes-vous du même avis?

**M. Lind:** Si les exigences de la réglementation étaient levées pour les distributeurs?

**Le sénateur Graham:** Oui.

**M. Lind:** Je crois qu'il y aurait un peu plus d'investissements étrangers au Canada, oui.

**Le sénateur Graham:** Il y en aurait plus?

**M. Lind:** J'admets aussi que la réglementation n'est pas la même au Canada. Les gens devraient être prudents en accédant à nos marchés, mais je pense qu'ils pourraient le faire et qu'ils le feraient.

**Le sénateur Graham:** Selon vous, y aurait-il d'autres effets, mis à part les changements dans le coût du capital, si les restrictions en matière de propriété étrangère étaient relâchées ou éliminées?

**M. Lind:** Non. C'est le coût du capital qui nous place en situation de désavantage, même par opposition à d'autres fournisseurs de services de médias canadiens, comme les entreprises téléphoniques. Elles obtiennent du capital à meilleur marché que nous parce qu'elles sont considérablement plus grosses.

**Le sénateur Graham:** Y a-t-il une quelconque forme d'intégration entre les salles de nouvelles de vos magazines et vos entreprises de radio et de télévision?

**M. Lind:** Je vais laisser M. Viner répondre à cette question.

**M. Anthony P. Viner, président, Rogers Media Inc.:** Toutes nos entreprises de médias ont des salles de nouvelles et de rédaction distinctes. C'est ainsi que notre société a toujours fonctionné. Il n'y a pas de politique éditoriale commune. Chacun de nos services de médias a sa propre politique.

**Le sénateur Graham:** Croyez-vous que nos nouvelles risquent de devenir américanisées?

**M. Viner:** Je pourrais peut-être vous demander de définir «américanisées». Voulez-vous dire sensationnalistes?

**Le sénateur Forrestall:** Voyez ce qui se passe en Californie, aujourd'hui.

**M. Viner:** Je pense, sénateur, que la procédure de révocation, ce n'est pas la même chose.



Mr. Segal, who is not only president of our publishing division but also former publisher of *Maclean's*, should comment.

We have serious journalists in our radio, television and magazine groups, who are independent and investigate the facts. We reflect our audiences and our audience's tastes. Canadians generally are interested in factual reporting. In order for our businesses to be successful, it is important that we reflect those tastes.

**Mr. Brian Segal, President and Chief Executive Officer, Rogers Publishing:** The unique selling proposition of our magazines is their "Canadianness."

You just have to go to any newsstand and look at all of the other choices that Canadians have. Even in the news magazine genre with *Maclean's* and *L'actualité*, Canadians are looking for the Canadian perspective. It does not mean that either of the two magazines would not cover stories that may be American stories or have something to do with the U.S., but it would be done from a Canadian perspective.

Our editorial philosophy is to meet the needs of our audience. If you are doing a good job, then your editorial is meeting the expectations, aspirations, wants and needs of our Canadian audiences, and that is the unique selling proposition. That is why *Maclean's* attracts 400,000 subscribers in Canada, and the Canadian edition of *Time* has 225,000; we appeal to what Canadian want to read. It does not mean that Canadians are not interested in U.S. news, but they have many other vehicles where they can get that information.

That would be the same for our women's titles. If you look at *Chatelaine* or *Good Housekeeping*, which is an American title, the differences are essentially that the content in *Chatelaine* is focused heavily on the values, aspirations and needs of Canadian women as compared to U.S. women. The content of our magazines is relevant to our readers, and the response is positive.

**The Chairman:** Please clarify the use of the words "editorial" and "editorial policy."

As you know, to most members of the public, editorials mean "editorials," those things that appear on the editorial page. This is the opinion of the newspaper or the magazine or whatever. Within the trade, it means everything that it not advertising. In what sense are you using the word "editorial"?

**Mr. Segal:** I am using it in both senses, but let us be clear. On the issues of editorials, each of our magazines sets its own editorials, and we ask our editors to sign the editorials, or, in the case of the new back page of *Canadian Business*, the editorial board to sign it, so that it is a clear reflection of the editors and not a corporate position.

You will find that one publication might take an editorial position on a subject matter that would be quite different than that of another publication. *Canadian Health Care Manager* on

M. Segal, qui est non seulement président de notre division des communications mais aussi ancien éditeur du *Maclean's*, devrait nous dire ce qu'il en pense.

Nous avons au sein de nos services de radio et de télévision, ainsi que dans nos équipes de rédaction de périodiques, des journalistes indépendants qui vérifient les faits. Nous répondons aux vœux et aux goûts de notre auditoire et de notre lectorat. Les Canadiens veulent généralement des reportages factuels. Pour que nos entreprises réussissent, il importe que nous respections leurs goûts.

**M. Brian Segal, président-directeur général, Rogers Publishing:** L'attrait principal de nos magazines, c'est leur caractère typiquement canadien.

Il suffit de voir tout le choix qui s'offre aux Canadiens dans un kiosque à journaux. Même pour les revues d'actualité comme *Maclean's* et *L'actualité*, les Canadiens veulent avoir une perspective canadienne. Cela ne veut pas dire que l'une ou l'autre de ces revues ne ferait pas d'articles sur des événements américains ou en rapport avec les États-Unis, mais ce serait fait dans une perspective canadienne.

Notre politique éditoriale est de répondre aux besoins du lectorat. Si nous faisons du bon travail, l'idéologie véhiculée par nos revues répondra aux attentes, aspirations desirs et besoins des lecteurs canadiens, et c'est notre principal argument de vente. C'est pourquoi *Maclean's* a 400 000 abonnés au Canada tandis que l'édition canadienne du *Time* en a 225 000. Nous répondons à ce que veulent les Canadiens en fait de lecture. Cela ne veut pas dire que les Canadiens ne s'intéressent pas aux nouvelles des États-Unis, mais ils ont bien d'autres moyens d'obtenir ce type d'information.

La même chose est vraie pour nos magazines féminins. Si l'on compare *Châtelaine* et *Good Housekeeping*, un magazine américain, la différence tient essentiellement au fait que *Châtelaine* se concentre sur les valeurs, aspirations et besoins des Canadiennes plutôt que des Américaines. Le contenu de nos revues est pertinent en fonction de notre lectorat, et la réaction est positive.

**La présidente:** J'aimerais que vous précisiez ce que vous entendez par «éditorial» et «politique éditoriale».

Comme vous le savez, pour la majorité des gens, «éditorial» est un mot qui fait penser à la page éditoriale. C'est l'opinion véhiculée par le journal ou la revue. Dans le métier, on emploie ce mot pour tout ce qui n'est pas publicité. Dans quel sens utilisez-vous le mot «éditorial»?

**M. Segal:** Je l'utilise dans les deux sens, mais soyons clairs. Sur la question des éditoriaux, toutes les revues pondent leurs propres éditoriaux, et nous demandons aux rédacteurs en chef de les signer. Dans le cas de la revue *Canadian Business*, la nouvelle page éditoriale, en dernière de couverture, est signée par le comité éditorial. C'est donc nettement une réflexion des rédacteurs et non la position de l'entreprise.

On peut s'apercevoir qu'une revue adopte une certaine position sur une question quelconque et qu'une autre défend une position très différente. *Canadian Health Care Manager*, sur le régime



universal health care might have a different position than *Maclean's* might, and that is fine, because they are responding to different audiences. We do not approve the editorials.

**Senator Graham:** I wanted to clarify so that it is on the record, because we have had a number of witnesses who have appeared before the committee and have expressed concern regarding cross-ownership of television and newspapers.

As explained earlier, you do not currently own a daily newspaper, although you did own the *Toronto Sun* at one time, so you do not see any need whatsoever for a ban on cross-media ownership, nor do you see any danger to the Canadian public as a result of cross ownership.

**Mr. Lind:** We do not see any need for a ban on cross-media ownership.

**Senator Corbin:** I am seeking further information on the two federal government programs that subsidize your activities: the Publications Assistance Program, which provides postal subsidies, and the Canada Magazine Fund.

Do you really those subsidies to survive?

**Mr. Lind:** Yes, sir.

**Senator Corbin:** How does that fit into the free enterprise system?

**Mr. Lind:** We desperately need the programs, and Mr. Segal will explain why.

**Mr. Segal:** The history of the postal assistance program goes back over 100 years. It is probably one of the most efficient of our Canadian cultural policies. It brings Canadian content to Canadians all over the country.

The Canadian consumer magazine industry has been built on the basis of the postal assistance program, which has enabled Canadian magazines to keep their postal costs down.

There are substantial postal costs attached to Canadian magazines. It allows the magazines to be delivered at a lower cost than the normal postal rate. That has, over many years, brought Canadians and their content much closer together. It is important to note that the postal assistance program also provides substantial funding to community newspapers across Canada.

Canadian consumer magazines would find it difficult to survive if they only could live on the newsstand. You need only go to a newsstand to understand the competitive environment of magazine sales.

The subscriber base of Canadian magazines is critical to their survival. That subscriber base, the ability to charge a reasonable fee for delivering the magazine, is made possible by the postal assistance program.

d'assurance-maladie universel, peut avoir une position très différente de celle du *Maclean's*, et c'est très bien ainsi, parce que leurs lectorats sont différents. Nous ne demandons pas à approuver les éditoriaux.

**Le sénateur Graham:** Je voulais que ce soit bien clair dans le compte rendu, parce qu'un certain nombre de témoins ont exprimé des inquiétudes à l'égard de la propriété croisée des canaux de télévision et des journaux.

Comme on l'a dit, vous ne possédez pas de quotidien en ce moment. Le *Toronto Sun* vous a cependant appartenu un certain temps. Donc, vous ne voyez pas la nécessité d'interdire la propriété croisée, et vous n'y voyez pas de danger pour le public canadien.

**M. Lind:** Nous ne voyons aucune nécessité d'interdire la propriété croisée.

**Le sénateur Corbin:** Je voudrais avoir plus d'information sur les deux programmes du gouvernement fédéral qui subventionnent vos activités, soit le Programme d'aide aux publications, qui fournit des subventions postales, et le Fonds du Canada pour les magazines.

Voulez-vous vraiment que ces subventions soient maintenues?

**M. Lind:** Oui, monsieur.

**Le sénateur Corbin:** Comment cela peut-il convenir à un système de libre entreprise?

**M. Lind:** Nous avons désespérément besoin de ces programmes, et M. Segal expliquera pourquoi.

**M. Segal:** L'histoire du programme de subventions postales remonte à plus de 100 ans. C'est probablement l'une de nos politiques culturelles les plus efficaces au Canada. Cela permet d'acheminer nos publications aux Canadiens de partout au pays.

L'industrie canadienne des magazines d'intérêt général repose sur le Programme d'aide aux publications. C'est ce qui a permis aux magazines canadiens de conserver leurs frais de poste à un niveau raisonnable.

Les magazines canadiens subissent des frais de poste substantiels. La subvention permet à ces magazines d'être distribués à un coût inférieur au coût normal de la poste. Depuis bon nombre d'années, les Canadiens peuvent ainsi se tenir au courant plus facilement. Je dois faire remarquer que le programme de subventions postales assure aussi un financement important aux journaux communautaires de tout le Canada.

Les magazines d'intérêt général auraient de la difficulté à survivre au Canada s'ils étaient seulement distribués en kiosque. Il suffit de visiter un kiosque pour constater à quelle concurrence se livrent les magazines.

Les magazines canadiens ont absolument besoin de leurs abonnés pour survivre, et c'est la possibilité de demander un prix raisonnable pour l'envoi du magazine, grâce à ce programme de subventions postales, qui leur permet de s'assurer un nombre suffisant d'abonnés.

It is a bit like the trucking industry. The government has been subsidizing roads for the last hundred years, and if they stopped subsidizing and charged full freight it would have a negative impact on the industry. It would be the same for consumer magazine rates. The postal assistance program is fundamental to the subscriber nature of those magazines, whether we own them or some one else owns them.

The Canada Magazine Fund was established in response to the change in legislation that permitted U.S. magazines to come in and have split runs, that is, keep the U.S. editorial, take out the U.S. ads and put in Canadian ads. That fund, as you probably know, has been significantly reduced from \$50 million to \$16 million. The rationale for its reduction is that the threat of U.S. split runs has not materialized, and therefore, the same support is not required.

We agree that the threat had not materialized, but we are starting to see some evidence that it might be beginning. *Sports Illustrated* and *People* magazine are now selling advertising in Canada. The Print Measurement Bureau, PMB, measures both magazines. We are likely to see a growing movement of U.S. or foreign-based magazines in Canada.

The most important element of the Canadian Magazine Fund was its editorial support fund. That allowed Canadian publishers to increase their support for quality editorial and, as a result, increase their audiences and, as a further result, increase their competitiveness for advertising dollars. Rogers, as well as other publishers, both small and large, have benefited from the editorial support fund to strengthen their editorial content.

**Senator Corbin:** It seems to me that *L'actualité* is more Québécois than Canadian. Is that a deliberate policy on the part of the publisher?

I am from New Brunswick.

[Translation]

French is my mother tongue; my ancestors come from Quebec.

[English]

I find that *L'actualité* tends to be parochial in terms of its coverage of French Canada.

You may agree or disagree with me. Of course, if an Acadian becomes an international star, *L'actualité* will do an article or have an interview with that person probably because that person has a tendency to move to Montreal where things happen.

As for the rest of human activity, I do not read much about New Brunswick or francophone Ontario or other islands of

C'est un peu comme pour l'industrie du camionnage. Le gouvernement subventionne les routes depuis 100 ans. S'il mettait fin à ces subventions et que les entreprises de transport devaient demander le montant réel du coût du transport, l'industrie en souffrirait. Ce serait la même chose pour le prix des magazines. Le programme de subventions postales est fondamental parce que les magazines, les nôtres ou ceux de toute autre société, dépendent de leurs abonnés.

Le Fonds du Canada pour les magazines a été établi en réaction aux changements dans la législation qui ont permis l'entrée au pays de magazines américains à tirage dédoublé en conservant la politique éditoriale américaine et en remplaçant la publicité américaine par de la publicité canadienne. Comme vous le savez probablement, ce fonds, qui représentait auparavant 50 millions de dollars, a été réduit à 16 millions. On a justifié cette réduction en disant que la menace que représentaient les magazines américains à tirage dédoublé ne s'était pas matérialisée et qu'il n'était donc pas nécessaire d'assurer un soutien aussi important.

Nous admettons que la menace ne s'est pas matérialisée, mais il commence à y avoir des indices que cela commence à se produire. *Sports Illustrated* et *People* vendent maintenant de la publicité au Canada. Le Print Measurement Bureau, le PMB, surveille ces deux magazines. Nous verrons probablement les magazines américains ou étrangers devenir de plus en plus populaires au Canada.

L'élément le plus important du Fonds du Canada pour les magazines est son fonds d'aide au contenu rédactionnel. Il permet aux maisons d'édition canadiennes de mettre plus d'argent sur la qualité du contenu. Il en résulte qu'elles ont plus de lecteurs et, donc, plus d'argent avec leurs contrats de publicité. Rogers, ainsi que d'autres maisons d'édition, petites et grandes, ont bénéficié du fonds d'aide au contenu rédactionnel pour s'assurer un meilleur contenu en fait d'articles de fond.

**Le sénateur Corbin:** Il me semble que *L'actualité* est une revue plus québécoise que canadienne. Est-ce voulu de la part de la maison d'édition?

Je viens du Nouveau-Brunswick.

[Français]

Je suis de langue française; mes ancêtres sont du Québec.

[Traduction]

Je trouve que *L'actualité* a un contenu plutôt régional dans sa représentation du Canada français.

Vous serez d'accord ou non avec moi. Bien sûr, si un Acadien se rend célèbre dans le monde, *L'actualité* fera un article ou une entrevue avec cette personne parce que celle-ci déménage généralement alors à Montréal, où les choses se passent.

Pour ce qui est du reste, je ne vois pas grand-chose dans les publications qui porte sur le Nouveau-Brunswick ou sur les



Francophonie elsewhere in Canada. If it does happen, it is almost accidental. It is not deliberate.

What is the policy of *L'actualité*?

**Mr. Segal:** Your fundamental premise is correct: *L'actualité* is a magazine whose audience is Québécois. It has historically focussed on Quebec; that is where 99 per cent of its circulation occurs, and it is a Quebec public affairs magazine. Its editorial direction does not drive from any corporate position; it drives from a position of its Quebec editorial staff. The editorial staff decides how best to meet the news, public affairs, entertainment and information needs of the people of Quebec. I do not think it does so with any intent to exclude Francophonie outside of Quebec. However, you are right; its focus is very much Québécois because that is where 99 per cent of its subscribers reside.

**The Chairman:** I wonder if that could be a vicious circle phenomenon. If you only cover one region, then people in other regions will not read you.

**Senator Massicotte:** You make the argument that there should be no limitation of cross-ownership or what I call "hardware," in other words, capital-intensive industry. You do not express an opinion, but you do say it should not be limited in that respect. What about the content side? You can all appreciate our concern concerning content. What would your opinion be in that respect?

In your paper, you say that you are not so sure there should be a limitation on cross-ownership. Should there be regulation relative to the "CanWests" of this world, where the concern would be that there would be a limited number of opinions?

**Mr. Lind:** No, our opinion is that there should not be limitations. Canadians have hundreds and hundreds of sources of news and entertainment and information, much of which was not available 10 or 20 or 30 years ago.

**Senator Massicotte:** I can appreciate there is a diversity of news sources. However, from a Canadian perspective, I suspect most of the Canadian population limits itself to one or two daily sources of information content.

Would there not be, maybe, a lot of cross-ownership? Nevertheless, in your mind there is no purpose to have any regulations or rules to allow that, or do you just let the free market dictate?

**Mr. Lind:** The CRTC views each and every transaction that we seek to make; they evaluate it in those terms, as well as other terms. We feel that with the hundreds and hundreds of sources of news available that it is probably not a wise thing to do.

**The Chairman:** Are *Maclean's* and *L'actualité* profitable?

francophones d'Ontario ni sur les autres îlots de la francophonie ailleurs au Canada. Ce n'est qu'occasionnel qu'on en entend parler, et ce n'est pas parce que la politique éditoriale a établi pour mission d'en parler.

Est-ce bien ainsi en ce qui concerne la politique de *L'actualité*?

**M. Segal:** Votre prémisse est exacte: le lectorat de *L'actualité* est québécois. Cette revue s'est toujours concentrée sur le Québec. C'est là qu'elle est distribuée à 99 p. 100, et c'est un magazine d'affaires publiques québécois. Son équipe de rédaction n'est pas tenue de respecter une position propre à l'entreprise propriétaire. Sa position est celle de son équipe de rédaction québécoise. C'est elle qui décide quel sera son contenu en fait de nouvelles, d'affaires publiques, de loisirs et d'information pour mieux répondre aux besoins de la population du Québec. Je ne crois pas qu'elle cherche sciemment à exclure les francophones hors Québec. Mais vous avez raison. Cette revue est très Québécoise, parce que c'est au Québec que se trouvent 99 p. 100 de ses abonnés.

**La présidente:** Je me demande si ce n'est pas un cercle vicieux. Si une revue ne traite que d'une région, les gens des autres régions ne la liront pas.

**Le sénateur Massicotte:** Ce que vous dites, c'est qu'il ne devrait pas y avoir de limite à la propriété croisée, aux questions matérielles, autrement dit à l'industrie de capital. Vous n'exprimez pas d'opinion, mais vous dites qu'il ne devrait pas y avoir de limite à cet égard. Que dire de la question de contenu? Vous vous rendez tous bien compte de nos préoccupations concernant le contenu. Quelle est votre opinion à cet égard?

Dans votre mémoire, vous dites que vous ne croyez pas qu'il devrait y avoir des restrictions à la propriété croisée. Devrait-il y avoir une réglementation relativement aux «Canwest» de notre monde, si l'on craint que l'éventail des opinions exprimées soit moins large?

**M. Lind:** Non, nous sommes d'avis qu'il ne devrait pas y avoir de restrictions. Les Canadiens ont des centaines et des centaines de sources de nouvelles, d'information et de divertissement, dont bon nombre n'existaient pas il y a 20 ou 30 ans, ou même il y a 10 ans.

**Le sénateur Massicotte:** Je sais que les sources sont nombreuses. Toutefois, dans une perspective canadienne, je soupçonne que la grande partie de la population se limite à une ou deux sources d'information quotidiennement.

N'y aurait-il pas beaucoup de sources à propriété croisée? Selon vous, il n'y a tout de même pas lieu d'imposer des règles ou une réglementation. Il faudrait laisser le marché libre déterminer ce que nous apprendrons.

**M. Lind:** Le CRTC examine toutes les transactions que nous désirons faire. Il les évalue en fonction de ces critères et d'autres. Nous croyons que, étant donné les centaines de sources de nouvelles disponibles, c'est probablement la meilleure chose à faire.

**La présidente:** Les revues *Maclean's* et *L'actualité* sont-elles rentables?



**Mr. Segal:** Yes they are.

**The Chairman:** They both make a sufficient amount of money by your standards? Do you want them to be more profitable?

**Mr. Segal:** We would always like our properties to be more profitable, although we are sensitive to certain categories of magazines and the costs that they bear, which are different than other magazines. A weekly news magazine frequency will never give you the same margin as a monthly women's magazine, or as a trade magazine.

We differentiate; we say this is a realistic margin for a weekly news magazine or a bi-weekly public affairs or business magazine.

**The Chairman:** Would you care to give us rough estimates of the ranges?

**Mr. Segal:** The news magazine category should have margins in the 5 per cent or 6 per cent, and women's magazines might have margins of 10 per cent or 12 per cent return on revenue.

Depending on the sector, the trade magazines might have margins in the 13 per cent to 17 per cent range. The news magazine or the bi-weekly public affairs magazines have a lower margin, and that is our expectation.

**The Chairman:** I am interested in your views on foreign ownership, and the differentiation you make between capital-intensive businesses and others.

Are you saying that foreign ownership rules for the carriers should be entirely lifted or just eased a bit?

**Mr. Lind:** We believe they should be lifted.

**The Chairman:** Who would you expect to be the suppliers of this capital? What kind of companies would you be expect to invest?

**Mr. Ken Engelhart, Vice-President, Regulatory Law, Rogers Communications Inc.:** Any time you put a restriction on capital, you raise the cost of that capital. The fact that the foreign ownership restrictions are on equity capital makes it more difficult for us to raise capital, and makes us give a higher return. The result is that Canadian carriers and cable companies trade at lower multiples relative to subscribers or revenue than their American counterparts. Those are, in part, a reflection of the foreign ownership rules that we have today.

**M. Segal:** Oui, elles le sont.

**La présidente:** Elles font toutes deux suffisamment d'argent, selon vos critères? Aimerez-vous qu'elles soient plus rentables?

**M. Segal:** Nous voudrions toujours que nos entreprises soient plus rentables, quoique nous soyons conscients que certaines catégories de magazines et les coûts qu'elles engendrent ne se comparent pas à d'autres types de magazines. Un magazine hebdomadaire d'information ne donne jamais la même rentabilité qu'un magazine féminin mensuel ou une revue professionnelle.

On fait une distinction quant à la rentabilité selon la catégorie de revue.

**La présidente:** Auriez-vous l'obligeance de nous donner des chiffres approximatifs?

**M. Segal:** La catégorie du magazine d'information devrait faire des bénéfices de 5 à 6 p. 100, tandis qu'un magazine féminin peut faire jusqu'à 10 ou 12 p. 100 en fait de rentabilité d'exploitation.

Selon le secteur, certaines revues professionnelles peuvent faire entre 13 et 17 p. 100 de bénéfices. Les magazines d'information ou les magazines d'affaires publiques bimensuels ont des bénéfices moins importants, et c'est ce à quoi nous nous attendons.

**La présidente:** Votre point de vue sur la propriété étrangère m'intéresse, ainsi que la différence que vous faites entre l'industrie de capital et les autres types d'industries.

Voulez-vous dire que les règles sur la propriété étrangère imposées aux distributeurs devraient être entièrement levées ou simplement un peu assouplies?

**M. Lind:** Nous croyons qu'elles devraient être levées.

**La présidente:** Qui, selon vous, fournirait ces capitaux? Quel genre d'entreprise investirait, d'après vous?

**M. Ken Engelhart, vice-président, Réglementation, Rogers Communications Inc.:** Chaque fois qu'on impose une restriction à l'apport de capitaux, on fait augmenter le coût du capital. Le fait que les restrictions à la propriété étrangère s'appliquent au capital de risque accroît pour nous la difficulté d'obtenir du capital et fait que notre rapport est plus élevé. Ainsi, les distributeurs et les câblodiffuseurs canadiens ont un multiplicateur plus faible que leurs concurrents américains relativement au nombre d'abonnés ou aux bénéfices. C'est dû en partie aux règles sur la propriété étrangère que nous avons aujourd'hui.

Even more interesting, perhaps, is that foreign ownership rules on equity can raise the cost of debt capital. When you go into the debt markets, one of the things bondholders are thinking about is what happens in the catastrophic situation where this company fails and we have to take over those assets. A foreign debt holder cannot take over a Canadian carrier or cable company. Therefore, we pay a cost every time we go to the equity markets with the foreign ownership restrictions.

It is our hope that if those foreign ownership restrictions are lifted, we will have access to more capital and lower-cost capital, even without selling. The Rogers companies have no intention of selling. These are rules that can be lifted and provide an enormous benefit to Canadian carriers or cable companies, even if foreign entities do not assume control.

I think you have asked what foreign companies would be interested? I have seen quite a bit of interest from international satellite companies in acquiring Canadian satellites, for example; and I am sure there are areas where they would be interested in entering, in the fullness of time.

**The Chairman:** I do not know if this would be legally possible, but setting aside that question, would you favour any kind of limits on who, among foreign investors, could invest?

For example, the range could run from Rupert Murdoch or Larry Flint, all the way around to somebody purely noble and non-profit oriented like the Ford Foundation. Do you see what I mean? A wide range of people might be interested in moving into the Canadian market.

Would you suggest that there should be any kind of policy to control that situation?

**Mr. Engelhart:** One of our biggest problems in the telecommunications business is a lack of competition. Many telecom companies that started up have gone bankrupt. Others are in one form or another in insolvency. I am not being flippant. We should be grateful if anyone wants to invest in the Canadian telecom sector, because it has proven to be a very challenging sector for new entrants.

**The Chairman:** What kind of numbers are we talking about when you refer to the comparative difficulties that Canadian companies face in capital markets? How big is the gap in terms of cost?

**Mr. Lind:** The gap is between 50 and 100 basis points at a minimum, and is sometimes significantly higher. It can be between 0.5 per cent and 1.5 per cent, at a minimum. When you tack that on to a \$100 or \$300 or \$400 million issue that becomes significant. We pay it every time we borrow.

**The Chairman:** Do you have any estimates of how much money you will have to raise over the next 10 years?

I am sure you have them, but can you give them to us?

Ce qui est peut-être encore plus intéressant, c'est que les règles concernant la propriété étrangère de capital-actions peuvent faire monter le coût des capitaux empruntés. Sur le marché de la dette, les détenteurs d'obligations pensent notamment à la situation catastrophique que cela produirait si l'entreprise faisait faillite et qu'ils devaient prendre en charge la dette accumulée. Un détenteur de titres de créance étranger ne peut pas avoir la mainmise sur un distributeur ou un câblodiffuseur canadien. Nous payons donc le prix des restrictions à la propriété étrangère chaque fois que nous allons sur le marché des actions.

Nous espérons que, si ces restrictions sont levées, nous aurons accès à plus de capitaux à moindre coût, même sans vendre nos entreprises. Les sociétés de Rogers n'ont aucune intention de vendre. Ces règles peuvent être levées, ce qui procurerait un énorme avantage aux distributeurs et câblodiffuseurs canadiens, même si ce n'est pas une société étrangère qui en détient le contrôle.

Je crois que vous avez demandé quelles sociétés étrangères seraient intéressées. J'ai constaté pas mal d'intérêt de la part de sociétés internationales de transmission par satellite à l'égard des sociétés canadiennes qui font la même chose. Ce n'est qu'un exemple, et je suis sûr qu'il y a des domaines où les sociétés étrangères voudraient investir, avec le temps.

**La présidente:** Je ne sais pas si ce serait possible, légalement, mais si l'on oublie cet aspect de la question, seriez-vous favorable à une limite quelconque imposée au type d'investisseurs étrangers?

L'éventail des investisseurs pourrait aller de Rupert Murdoch ou Larry Flint jusqu'à des intérêts tout à fait nobles et sans but lucratif, par exemple la Fondation Ford. Voyez-vous ce que je veux dire? Beaucoup d'intérêts différents peuvent vouloir investir sur le marché canadien.

Diriez-vous que cette situation devrait être assujettie à une politique quelconque?

**M. Engelhart:** L'un de nos plus gros problèmes dans le domaine des communications, c'est le manque de concurrence. Beaucoup de sociétés oeuvrant dans ce domaine ont fait faillite. D'autres sont plus ou moins insolvables. Je ne veux pas être impertinent, mais nous devrions savoir gré à quiconque désire investir dans le secteur canadien des télécommunications, parce que ce secteur s'est avéré très difficile pour les nouveaux arrivants.

**La présidente:** Quand vous parlez des difficultés comparatives des sociétés canadiennes sur le marché des capitaux, quels sont les chiffres approximatifs? À quel point les coûts sont-ils plus élevés?

**M. Lind:** L'écart est d'au moins 50 à 100 points de base, et il est parfois beaucoup plus grand. Il peut être d'entre 0,5 et 1,5 p. 100, au moins. Si l'on applique ces chiffres à des sommes de 100, 300 ou 400 millions, c'est très important. Nous payons cette différence chaque fois que nous empruntons.

**La présidente:** Avez-vous une estimation des sommes que vous pourriez obtenir au cours des 10 prochaines années?

Je suis sûre que vous en avez une, mais pouvez-vous nous en faire part?



**Mr. Lind:** No, because our CFO would go crazy if I answered that question. Let me put it in the broader sense: The cable industry and the wireless industry will probably have to raise over \$10 billion in terms of new facilities that have to be built over the next 10 years or so. That is a lot of money.

**The Chairman:** Thank you.

**Senator Massicotte:** You are talking about a lot of savings; in your company alone it would be \$20 million or \$30 million. I presume those savings will pass on to the consumer. How will those savings be shared?

**Mr. Engelhart:** Much of what we are doing now is ruling out new products and new services. The benefit to consumers from these investments we are making comes from the new services we are offering. If you look, for example, at high speed Internet, Canada has the second highest penetration in the world, second only to South Korea. This is in large part due to the pioneering efforts of Rogers Cable, which got into the high speed Internet business in 1995. We have about 40 per cent higher penetration than the Americans, and at much lower rates. A typical Canadian rate for high speed Internet would be Can. \$45, whereas the Americans are paying U.S. \$45 or more.

Canadians do benefit when we invest in new technologies, and the more investing we can do, the more benefit they will see.

**Senator Graham:** You mentioned that *Maclean's* has a circulation of 400,000, which is impressive, and the Canadian edition of *Time* has 225,000. Are those numbers up or down over the last five years?

**Mr. Segal:** They are both down. *Maclean's* is down from 450,000 to 400,000 and *Time* is down from about 375,000 to 225,000.

If you look at their circulation levels over the last five years, you will see that they have come down because of the costs of maintaining very high circulation. Newspaper circulation has come down, and high frequency product circulations have come down.

In part, I think we are back to the point we were making earlier about competitive outlets and media choices. There are so many media choices to be made. Media use habits over the last five years have changed. The circulation of print vehicles tends to reflect some of those changes in media use.

Whether on television or radio, we have all news all the time. As a result the circulation levels have changes and they have also changed their content in some respects. In some instances they are not as responsive or reflective of last week's news but more thoughtful and provide more perspective on where the news is

**M. Lind:** Non, parce que notre directeur financier crierait au meurtre si je répondais à cette question. Mettons les choses dans un contexte plus large: L'industrie de la câblodiffusion et du sans-fil devra probablement obtenir pour 10 milliards de dollars en nouvelles installations au cours des 10 prochaines années. C'est beaucoup d'argent.

**La présidente:** Merci.

**Le sénateur Massicotte:** Vous parlez d'épargnes importantes; seulement pour votre société, ce serait de l'ordre de 20 ou 30 millions de dollars. Je présume que les consommateurs en profiteront. Comment ces épargnes seront-elles réparties?

**M. Engelhart:** Actuellement, nous évitons de lancer de nouveaux produits et de nouveaux services. Or, les nouveaux services que nous offrons sont précisément les avantages que retirent les consommateurs des investissements que nous faisons. Si nous prenons par exemple Internet haute vitesse, le Canada arrive au second rang pour ce qui est de sa pénétration dans le monde. Seule la Corée du Sud le surpasse à cet égard. C'est dû en grande partie aux efforts de pionnier que Rogers Cable a faits. Il s'est lancé dès 1995 dans l'apport d'un service Internet haute vitesse. Notre taux de pénétration est plus élevé que celui des Américains d'environ 40 p. 100, et à des prix beaucoup plus bas. Il en coûte normalement 45 \$ CAN pour s'abonner à un service Internet haute vitesse au Canada, alors que les Américains doivent payer 45 \$ US ou davantage.

Les Canadiens en profitent quand nous investissons dans de nouvelles technologies, et plus nous pourrions investir, plus ils en bénéficieraient.

**Le sénateur Graham:** Vous avez mentionné que le *Maclean's* est distribué à 400 000 exemplaires, ce qui est impressionnant, alors que l'édition canadienne du *Time* a 225 000 lecteurs. Depuis cinq ans, ces chiffres sont-ils à la hausse ou à la baisse?

**M. Segal:** À la baisse dans les deux cas. Le *Maclean's* est passé de 450 000 à 400 000 et le *Time*, d'environ 375 000 à 225 000.

Si l'on se penche sur les chiffres de distribution au cours des cinq dernières années, on voit qu'ils ont baissé en raison des coûts qu'entraîne une très grande distribution. La distribution des journaux est aussi à la baisse, et c'est la même chose pour tous les produits à édition fréquente.

Je pense que nous sommes un peu revenus au point que nous tentions de faire valoir tout à l'heure, concernant le marché concurrentiel et les choix en matière de médias. Le choix est tellement grand. Les habitudes de consommation ont changé à cet égard au cours des cinq dernières années. La distribution des imprimés reflète ces changements.

Que ce soit à la télévision ou à la radio, nous pouvons avoir des nouvelles continuellement. C'est pourquoi la distribution des imprimés a diminué et les contenus ont été modifiés. Dans certains cas, les imprimés ne présentent pas tant les dernières nouvelles. Ils offrent plutôt une perspective plus large et réfléchie



going versus where it has come from, because of the instantaneous vehicles that give you last week's news or last night's news.

**Senator Graham:** It is difficult to try to keep ahead of the news, which you almost have to do in the magazine business. To what extent would you consider that your magazines are alternatives or even competitors to newspapers?

**Mr. Segal:** I would think that *The Globe and Mail* and the *National Post* are *Maclean's* two main competitors in terms of frequency and in terms of the advertising market. *L'actualité* is a little bit less so because it comes out every two weeks, but in terms of advertising dollar, it would certainly see *La Presse* and *Le Journal de Montréal* as being within its competitive set.

Obviously, newspapers have taken the weekend to have their magazine sections, if you will. You have to be able to differentiate yourselves, and magazines can do that effectively, especially with photography, because the quality of the paper is different. Sober second thought is something that magazines can do well, because you have more time to think about it and they can give a different perspective.

They are maintaining their competitive position, but in direct answer to your question, for a magazine like *Maclean's*, it would be the other two national print vehicles of frequency that would be competitive.

**Senator Graham:** Certainly the people on this side of the table are sympathetic to the need for sober second thought.

You have 43 radio stations. Was Ted Rogers father in the business before Ted started 40 years ago?

**Mr. Viner:** His father was in the business. CFRB in Toronto stands for Canada's First Rogers Batteryless. Ted's father got into the business and died young, at the age of 39, and lost the radio station. Many suggest that the early death of his father was one of the motivations in Ted's life, to be a successful entrepreneur in the communications business, as he felt his father would have been had he lived.

**Senator Graham:** Of the 43 stations that you now own, how many were actually built by Rogers and how many have been purchased by Rogers?

**Mr. Viner:** That is a good question. CHFI was the cornerstone of all of Rogers' communications. I am the only one that will say that because I am the head of the media company. Ted bought that station.

He bought an FM station when fewer than 5 per cent of the homes had FM. The story is he bought it for \$100,000 and promptly sold the connected background music service for \$80,000. He was a law student at the time, which goes to the extraordinary characteristics of Mr. Rogers.

What have we acquired through public hearings? Most recently, we acquired a television service to serve Southern Ontario ethnic audiences. Although we have been active

concernant ces nouvelles. On parle de ce qui risque d'arriver plutôt que de ce qui est arrivé, parce que les véhicules d'information instantanée nous ont déjà donné les dernières nouvelles.

**Le sénateur Graham:** C'est difficile de rester au courant de toutes les nouvelles, et c'est presque ce que vous devez faire dans l'industrie du magazine. Jusqu'à quel point considérez-vous que vos magazines présentent une solution de rechange par rapport aux journaux, ou même qu'ils sont des concurrents des journaux?

**M. Segal:** Je pense que le *Globe and Mail* et le *National Post* sont les deux principaux concurrents de *Maclean's* pour ce qui est de la fréquence et de la publicité. *L'actualité*, un peu moins, parce que c'est un bimensuel, mais pour ce qui est des recettes de la publicité, *La Presse* et *Le Journal de Montréal* sont certainement des concurrents importants.

Évidemment, la fin de semaine, les journaux ont des sections magazines, si vous voulez. Il faut être capable de se distinguer, et les magazines le font efficacement, surtout avec la photographie, parce que la qualité du papier est différente. Les magazines procurent aussi un second examen objectif, parce qu'ils ont plus de temps pour réfléchir aux événements, et en donnent donc une perspective différente.

Ils maintiennent leur position concurrentielle sur le marché, mais pour répondre à votre question plus directement, pour un magazine comme *Maclean's*, les deux quotidiens nationaux sont ses concurrents.

**Le sénateur Graham:** C'est sûr que les gens de ce côté-ci de la table appuient la cause d'un second examen objectif.

Vous avez 43 stations de radio. Ted Rogers père oeuvrait-il dans ce domaine avant que Ted se lance il y a 40 ans?

**M. Viner:** Son père oeuvrait aussi dans ce domaine. CFRB, à Toronto, signifie Canada's First Rogers Batteryless. Le père de Ted s'est lancé dans ce domaine d'affaires, mais il est mort jeune, à l'âge de 39 ans, et il a perdu cette station de radio. Nombreux sont ceux qui disent que le décès prématuré de son père est l'une des motivations de Ted, qui l'a incité à devenir un entrepreneur fructueux dans le milieu des communications, parce qu'il croit que c'est ce que son père aurait fait s'il avait vécu plus longtemps.

**Le sénateur Graham:** Des 43 stations que vous détenez maintenant, combien ont été créées par Rogers et combien ont été achetées?

**M. Viner:** C'est une bonne question. CHFI est la pierre angulaire de tout le réseau de Rogers. Je suis le seul à le dire, parce que je suis à la tête de la société médiatique. Ted a acheté cette station.

Il a acheté une station FM quand moins de 5 p. 100 des foyers avaient la radio FM. On dit qu'il l'a achetée pour 100 000 \$ et qu'il a rapidement vendu pour 80 000 \$ le service parent de musique de fond. Il était étudiant en droit à l'époque. C'est l'une des caractéristiques extraordinaires de M. Rogers.

Qu'est-ce que nous avons acheté dans le cadre d'audiences publiques? Tout récemment, nous avons acheté un service de télévision pour desservir l'auditoire en langues étrangères dans le

participants in the regulatory process, the hearing process, we have not won many licences. Most of them have been acquired through purchases of one sort or another, even including CHFI.

**Senator Graham:** Do you ever have any opposition from competitors or would-be competitors with respect to market share?

**Mr. Viner:** Absolutely. I am sure many of them will appear before this committee. Corus, CHUM, Standard and NewCap are all substantial radio companies. Both CHUM and Corus, depending on the measure, are certainly larger radio players than are we.

There are also some feisty independents that have market share, especially in Western Canada but also in the Maritimes.

There is a wide variety of ownership, both large and small, in the radio industry.

**Senator Graham:** Are you dealing constantly with the CRTC?

**Mr. Viner:** Yes, constantly.

**Senator Graham:** Do you think that it would be useful if the government gave more specific directions to the CRTC with respect to cross-ownership?

**Mr. Viner:** We do not believe that there needs be any additional regulations concerning cross-ownership.

**Senator Graham:** I am looking for purposes of clarity, not to be more restrictive but to give the CRTC, perhaps, a clearer view of what the people of Canada would like.

**Mr. Engelhart:** As I think Mr. Dalfen explained a few weeks ago when he appeared before the committee, the CRTC will look at cross-media issues when they are in the process of approving a transaction. Generally, they are very sensitive to the issue of media concentration as it is reflected in diversity.

Even in a situation where a broadcasting licensee subsequently acquires a newspaper, they will look at it when the licence renewal comes up. They have put in place restrictions over shared newsrooms.

I do not think we need more detail than that. I think the CRTC does a fair balancing act when they look at concentration and cross-ownership issues and at diversity.

If we had a cabinet directive coming down on this issue it would, by its nature, have to be a fairly simple rule of thumb. I think that the kind of trade-offs that the CRTC does when they examine these questions are appropriate. I would not see much benefit coming from a cabinet direction.

**Mr. Lind:** The case-by-case approach that the commission uses is still a pretty good one. They have the Competition Bureau looking over them anyway. I think it is fine.

sud d'Ontario. Bien que nous ayons participé activement au processus réglementaire, aux audiences, nous n'avons pas obtenu beaucoup de licences. La plupart d'entre elles ont été obtenues au moyen d'un achat sous une forme ou une autre, y compris celle pour CHFI.

**Le sénateur Graham:** Vous butez-vous à une certaine opposition de la part de vos concurrents, ou de vos éventuels concurrents, quant à la part détenue sur le marché?

**M. Viner:** Absolument. Je suis sûr que beaucoup d'entre eux comparaitront devant ce comité. Corus, CHUM, Standard et NewCap sont toutes des sociétés importantes dans le domaine de la radio. CHUM et Corus, selon le type de mesure qu'on emploie, sont certainement des joueurs plus importants que nous dans le secteur de la radio.

Il y a quelques indépendants heureux qui occupent une part du marché, surtout dans l'Ouest, mais aussi dans les Maritimes.

Il y a une grande variété de sociétés, petites et grandes, qui détiennent des parts dans l'industrie de la radio.

**Le sénateur Graham:** Faites-vous constamment affaire avec le CRTC?

**M. Viner:** Oui, constamment.

**Le sénateur Graham:** Croyez-vous qu'il serait utile que le gouvernement donne des instructions plus précises au CRTC concernant la propriété croisée?

**M. Viner:** Nous ne croyons pas utile qu'il y ait une plus grande réglementation concernant la propriété croisée.

**Le sénateur Graham:** Je pense à la question de la clarté. Je ne parle pas d'imposer plus de restrictions mais de donner au CRTC, disons, une vision plus nette de ce que les Canadiens aimeraient.

**M. Engelhart:** Je pense que M. Dalfen l'a expliqué il y a quelques semaines quand il a comparu devant le comité: le CRTC se penche sur les questions de propriété croisée quand il est en voie d'approuver une transaction. Il est généralement très chatouilleux sur la question de la concentration des médias, comme on peut le voir par la diversité que nous avons au pays.

Même dans une situation où un intéressé détenant une licence de radiodiffusion achète un journal, le CRTC examinerait cette situation quand viendrait le temps de renouveler la licence. Il a instauré des restrictions quant aux partages des salles de nouvelles.

Je ne crois pas que nous ayons besoin de plus de détails. Je crois que le CRTC fait du bon travail pour ce qui est d'équilibrer les choses en matière de concentration, de propriété croisée et de diversité.

Si une directive du Cabinet était émise sur cette question, il faudrait que ce soit une recommandation assez simple. Je pense que les ententes que conclut le CRTC quand il examine ces questions sont adéquates. Je ne vois pas ce qu'une directive du Cabinet pourrait faire de plus.

**M. Lind:** L'étude au cas par cas que fait le conseil est une assez bonne méthode. Le Bureau de la concurrence le surveille de toute façon. Je pense que ça va.



**Senator Graham:** In what year did you launch the all-news station format with the launch of 680 news in Toronto?

**Mr. Viner:** We celebrated our tenth anniversary earlier this year.

**Senator Graham:** Of the 43 radio stations that you own, how many of them are all-news?

**Mr. Viner:** Only two of our radio stations are all-news. All news is a format that can only be sustained in a very large market. Toronto and Vancouver are the only two that we own. Corus has two all news, one in English and one in French, in Montreal.

I frequently tell the story of going to our board to say that I had a terrific idea for a fairly successful CFTR, which was a music-based station at the time and marginally profitable. I had a great idea where we could lose \$7 million over the next couple of years. For whatever reason, the board supported our team in that endeavour. We built 680 news into the station, which now has the largest audience of any radio station in Canada, as measured by the number of different people who tune in each week.

**Senator Graham:** Does it broadcast 24-hours a day?

**Mr. Viner:** Yes, and seven days a week.

**Mr. Lind:** It is an advantage of scale. If we had just that station, we could not have afforded to go to that format. At that time we did not know whether we would blow \$7 million or \$10 million or more and have nothing come out of it. People see that it is a logical service to have now, but back then it was a real risk. It was a very uncertain market.

**Mr. Viner:** A majority of the critics told us that it could not be successful in Canada.

**Senator Graham:** In your all-news stations, do you do much editorializing?

**Mr. Viner:** Almost none. I use the word "almost" only because, occasionally, in Vancouver, we may run the odd editorial. 680 news does not run any editorials. I believe we do not run any on 11:30 news in Vancouver.

The idea of all-news is simply to provide constant surveillance to listeners. When you get in your car, at any time of the day or night, you can turn on your radio and get a quick update.

When we promote the radio station, we say, "Tune us in three or four times," unlike other music-based or other radio stations who say, "Listen to us exclusively all the time. We say, "Tune us in. Listen for 20 minutes and then tune us out. We want to be your second favourite radio station."

I cannot think of an instance when we have ever done an editorial on our radio stations.

**Senator Graham:** Is it fair to say that your primary goal is to inform rather than to influence public opinion?

**Le sénateur Graham:** En quelle année avez-vous créé le concept des stations d'information continue, avec le lancement de 680 News à Toronto?

**M. Viner:** Nous avons célébré notre dixième anniversaire cette année.

**Le sénateur Graham:** Des 43 stations de radio que vous possédez, combien sont des stations d'information continue?

**M. Viner:** Seulement deux d'entre elles en sont. Ce type de service ne peut être durable que s'il est établi sur un très grand marché. Les stations de Toronto et de Vancouver sont les seules que nous ayons. Corus en a deux à Montréal, une en anglais et une en français.

Je raconte souvent que je me suis présenté à notre conseil d'administration pour faire part d'une idée extraordinaire que j'avais eue au sujet de CFTR, à l'époque une station de musique qui ne faisait que peu de bénéfices. J'avais eu une bonne idée qui pouvait nous faire perdre 7 millions de dollars en quelques années. Pour une raison que j'ignore, le conseil a appuyé notre équipe à ce sujet. Nous avons créé 680 News, et cette station a maintenant le plus large auditoire de toutes au Canada, si l'on compte le nombre de personnes qui syntonisent ce poste chaque semaine.

**Le sénateur Graham:** Cette station fonctionne-t-elle 24 heures sur 24?

**M. Viner:** Oui, sept jours sur 7.

**M. Lind:** C'est l'avantage des économies d'échelle. Si nous avions seulement cette station, nous n'aurions pas eu les moyens de réaliser ce concept. À l'époque, nous ne savions pas si nous gaspillerions purement et simplement 7 ou 10 millions de dollars, ou même plus, sans rien avoir en retour. Les gens y voient maintenant un service logique, mais à ce moment-là, c'était très risqué. Ce marché était très incertain.

**M. Viner:** La majorité des critiques nous disaient que ce concept ne pouvait pas marcher au Canada.

**Le sénateur Graham:** Vos stations d'information continue font-elles beaucoup de bulletins de type éditorial?

**M. Viner:** Presque pas. Je dis «presque» parce qu'il arrive, à Vancouver, qu'un bulletin de nature éditoriale soit diffusé. 680 News n'en fait pas. Je crois qu'il n'y en a pas au bulletin de nouvelles de 11 h 30 à Vancouver.

L'idée d'une station d'information continue est d'offrir une surveillance constante de l'actualité aux auditeurs. Quand on s'installe dans sa voiture, à toute heure du jour ou de la nuit, on peut syntoniser ce poste pour obtenir un tour rapide de l'actualité.

La publicité de la station de radio dit «Écoutez-nous trois ou quatre fois», contrairement aux stations de musique qui disent «Écoutez-nous toute la journée». Nous disons aux gens de nous écouter 20 minutes de temps en temps. Nous voulons être la seconde station qu'ils écoutent, après leur station préférée.

Je ne me souviens pas que nous ayons fait de bulletin de nature éditoriale.

**Le sénateur Graham:** Il est juste de dire que votre but premier est d'informer, et non d'influencer l'opinion publique?



**Mr. Viner:** Absolutely. We try very hard to get the perspective of either an eyewitness or an individual. Through interviews and on-air participation, we try to get individuals to try to describe what their experiences are or the nature of the event that we are covering.

**Senator Forrestall:** I might just editorialize and say, perhaps, if Rogers would keep a close eye on the sober second group in front of them today, perhaps we would have a better informed Canadian public and a better legislative process.

I want to ask about the implications of application processing concerning purchase, disposal, et cetera and the necessity of the CRTC being the grinder through which everything must move.

It seems to me that a few years ago that there was a very definite desire to get away from the CRTC and let some reincarnation of the Competition Tribunal pick up a lot of this work because of the time involved.

I would like you to address the question of the length of time it takes to process an application. If the process is lengthy and if there are financial implication would the Competition Tribunal be able to process the application more quickly?

**Mr. Lind:** I think the situation is pretty fair, as it exists right now. There is no question, though, that the CRTC takes too long to render decisions. Aside from that, there is certainly nothing that would indicate to me that the Competition Bureau would be any better. The situation is pretty good, only it is too slow.

**Senator Forrestall:** The tribunal is a chunk of clay that you can bottle and mould to suit the Canadian need and law, and to speed up the process, I would have thought.

**Mr. Viner:** When I first started in the business many years ago, we used to appear in front of the commission for every single licence renewal. Now, if there are no outstanding issues with the licence renewal, if there are no outstanding complaints, the commission really renews licences routinely. The commission does, however, differentiate between that and those licence renewals or public policy issues that are of significance to the broadcasting system, and examines those in greater detail. I certainly agree with Mr. Lind that it still takes too long.

**Mr. Lind:** That is in broadcasting; in telecom, it takes forever.

**Senator Forrestall:** I was thinking more in terms of telecommunications. Thank you very much.

The problem does not go away, and the implications to the user who has to pay the bill are becoming apparent. It is getting costly to enjoy the benefits of the service and the product that you supply.

**Senator Corbin:** What is the difference between Mr. Engelhart, Vice-President of Regulatory Law and Mr. Strati, Director of Regulatory Affairs?

**M. Viner:** Absolument. Nous essayons très fort de voir les choses de l'œil du témoin ou de Monsieur Tout-le-Monde. Nous essayons, au moyen d'entrevues ou de participation en direct, d'amener les gens à décrire leur expérience ou la nature de l'événement que nous couvrons.

**Le sénateur Forrestall:** Si je puis me permettre une opinion, je dirais que, si Rogers s'intéressait davantage au groupe chargé de faire un second examen objectif qui est devant ses représentants aujourd'hui, nous aurions peut-être une population canadienne mieux informée et un meilleur processus législatif.

Je voudrais que vous me parliez de ce que cela représente de faire une demande concernant un achat, une vente et d'autres transactions, et d'avoir à passer par le CRTC pour ce faire.

Il me semble que, il y a quelques années, on désirait se débarrasser du CRTC et laisser une réincarnation quelconque du Tribunal de la concurrence s'occuper d'une bonne partie de ces fonctions à cause du temps que cela prenait.

J'aimerais que vous me parliez du temps qu'il faut pour traiter une demande. Si le processus est long et s'il coûte de l'argent, le Tribunal de la concurrence serait-il capable de traiter les demandes plus rapidement?

**M. Lind:** Je crois que la situation est assez juste, telle qu'elle existe actuellement. Il n'y a pas de doute, cependant, que le CRTC prend trop de temps à rendre ses décisions. Pour le reste, rien n'indique, selon moi, que le Tribunal de la concurrence ferait mieux. La situation est correcte, sauf que ça prend trop de temps.

**Le sénateur Forrestall:** Mais le tribunal est très malléable. On peut lui faire faire ce qu'on veut dans la mesure des besoins et de la législation au Canada. J'aurais cru qu'il y avait moyen de s'en servir pour accélérer le processus.

**M. Viner:** Quand je me suis lancé dans ce domaine, il y a bien des années, nous avions l'habitude de comparaître devant le conseil pour chaque renouvellement de licence. Maintenant, s'il n'y a pas de point litigieux ni de plainte non réglée, le conseil renouvelle les licences presque automatiquement. Il fait cependant la différence entre ces renouvellements et le renouvellement de licences ou le traitement de questions propres à des politiques gouvernementales qui pourraient avoir un impact sur le système de radiodiffusion, et examine ces demandes plus en détail. Toutefois, je suis certainement d'accord avec M. Lind pour dire que le processus est trop long.

**M. Lind:** Ça, c'est pour la radiodiffusion; pour les télécommunications, ça prend une éternité.

**Le sénateur Forrestall:** Je pensais davantage aux télécommunications. Merci beaucoup.

Le problème ne disparaît pas, et les conséquences pour l'utilisateur qui paie la facture commencent à se faire sentir. Les produits et services que vous offrez commencent à coûter cher.

**Le sénateur Corbin:** Quelle différence y a-t-il entre M. Engelhart, vice-président à la Réglementation, et M. Strati, directeur des Affaires réglementaires?

**Senator Forrestall:** There must be a boss in every organization.

**Mr. Lind:** Mr. Engelhart is regulatory for the whole company — wireless, cable, media, et cetera. Mr. Strati is responsible for the media only.

**Senator Corbin:** I gather from your responses to both senators Graham and Forrestall that, with the exception of the grievance you expressed with regard to the slowness of the CRTC in some instances, you feel that the Canadian regulatory environment is quite comfortable for you.

**Mr. Lind:** We think that the Canadian regulatory agencies serve the public well.

**Senator Corbin:** Do they serve you well?

**Mr. Lind:** We serve the public. Yes.

**Senator Corbin:** Beside the reasonable complaint you make about the CRTC, what about the Competition Bureau? I do not know what experience you have had with them, if any. We were told at a previous hearing that they received about 80,000 complaints a year. I do not think I am exaggerating that figure.

**The Chairman:** That number rings a bell, but it was obviously not all media-related; it was everything.

**Senator Corbin:** If the public complains about your operations, does the Competition Bureau inform you? Do they give you an opportunity to respond before acting or discarding the complaint?

**Mr. Engelhart:** If there is a complaint to the Competition Bureau, they will definitely give you an opportunity to respond. Interestingly enough, they will not show you the written complaint. There is a belief at the bureau that when a small industry player complains about a large industry player, that complaint should be protected because they want to encourage whistle blowing. However, they have taken that laudable principle too far, so that you can never see the complainant even if the complainant is bigger than you are.

**Senator Corbin:** You feel entitled to see the complaint?

**Mr. Engelhart:** I think it would be a good idea to show the written document to the company to which the complaint was directed.

The bureau will meet with you and discuss the nature of the complaint. They will ask you any questions that they think are relevant. They have a fair process; but I question the rule that says that you cannot see the written document.

**Senator Corbin:** I appreciate your comments concerning foreign carriers having access to our markets. Would that, at the same time, open up opportunities for Rogers to move to foreign markets. Is Rogers interested in entering the foreign markets?

**Mr. Lind:** We used to be a major player in cable in the United States in the 1980s. Believe me, we would like very much to still be there. However, Ted Rogers was given an opportunity to bid on

**Le sénateur Forrestall:** Dans toute organisation, il doit y avoir un patron.

**M. Lind:** M. Engelhart est responsable de la réglementation pour l'ensemble de la société — sans-fil, câble, médias, et cetera. M. Strati ne s'occupe que des médias.

**Le sénateur Corbin:** J'en déduis d'après vos réponses aux sénateurs Graham et Forrestall que, à l'exception des inconvénients que représente la lenteur du CRTC dans certains cas, la réglementation canadienne vous convient assez bien.

**M. Lind:** Nous croyons que les organismes canadiens de réglementation servent bien la population.

**Le sénateur Corbin:** Est-ce qu'ils vous servent bien?

**M. Lind:** Nous sommes au service de la population, alors oui.

**Le sénateur Corbin:** Mis à part cette plainte raisonnable que vous formulez à l'endroit du CRTC, que penser du Bureau de la concurrence? Je ne sais pas quelle expérience vous en avez eu, si vous avez eu affaire à lui. On nous a dit dans une audience précédente qu'il recevait environ 80 000 plaintes par année. Je ne crois pas que j'exagère ce chiffre.

**La présidente:** Je me rappelle effectivement ce chiffre, mais il s'agissait évidemment de toutes les causes entendues, et non pas seulement de celles relatives aux médias.

**Le sénateur Corbin:** Si le public se plaint de vos services, le Bureau de la concurrence vous en informe-t-il? Vous donne-t-il la possibilité de répondre avant de traiter la plainte ou de la rejeter?

**M. Engelhart:** Si une plainte est déposée au Bureau de la concurrence, le bureau nous donne effectivement la chance d'y répondre. Curieusement, par contre, il refuse de nous montrer la plainte écrite. Le bureau croit que, si un petit élément de l'industrie dépose une plainte à propos d'un des gros éléments de l'industrie, il doit protéger cette plainte parce qu'il veut encourager la dénonciation. Toutefois, il a poussé trop loin ce principe louable, puisqu'on ne peut jamais voir le plaignant, même s'il est plus gros que nous.

**Le sénateur Corbin:** Vous trouvez que vous devriez pouvoir voir cette plainte?

**M. Engelhart:** Je crois que ce serait une bonne idée de montrer le document écrit à la société qui fait l'objet de la plainte.

Le bureau vous rencontre et discute de la nature de la plainte. Il vous pose toutes les questions qu'il juge pertinentes. Le processus est juste, mais je ne suis pas d'accord avec le principe qu'on ne puisse voir le document écrit.

**Le sénateur Corbin:** Je comprends ce que vous voulez dire concernant les distributeurs étrangers ayant accès à nos marchés. Est-ce que cela permettrait aussi à Rogers de s'établir sur des marchés étrangers? Rogers s'intéresse-t-elle aux marchés étrangers?

**M. Lind:** Dans les années 80, nous étions un élément important dans l'industrie de la câblodiffusion, aux États-Unis. Croyez-moi, nous aimerions beaucoup y être encore. Toutefois, Ted Rogers a



the wireless company in Canada and, therefore, he had to choose between cable in the United States or Rogers Cantel wireless, now Rogers AT&T wireless. That is what he chose; he could not do both. It all came down to money.

Yes, sure, we would like to be a bigger factor in the U.S. market because we have been, and we have proven that we can do it, which, for many Canadians, is an unusual thing. Canadian businesses do not do well in the United States, generally speaking. However, our cable company was a great success in the United States. We wish we could still be there.

**Senator Corbin:** I was not being overly critical about the quality of *L'actualité*. It is an excellent magazine, and one of the best generalist magazines of that type. In French Canada, we do not have much choice; however, it is excellent and the quality of the language is as it should be.

**Mr. Segal:** Thank you.

**Senator Massicotte:** I will follow up on two earlier points, and try to motivate you to be a bit more adventurous in your comments.

We talked about the CRTC earlier and about cross-ownership. It is a market fact that, to the extent that you have limitations or uncertainty, the cost of capital goes up. We are taking one point of view on the CRTC but, as we all acknowledge, the CRTC has a great deal of discretion in reviewing Canada's cross-ownership, content and many other things. That discretion obviously causes uncertainty relative to the capital market.

What would the argument be to remove some of that discretion to create more set policy guidelines?

If there were more certain approvals, I assume your costs to capital would go down and the consumer would presumably benefit down the road. Is that argument strong?

I know that you mentioned that it is serving the public well but there are some economies of cost that would be achieved if it were less discretionary.

What are your comments?

**Mr. Engelhart:** Certainly in respect of content for radio and for television, the CRTC exercises a great deal of discretion. There is no question that its action in the content business does raise the cost of capital. It is a policy model that we seem to have chosen, whereby the CRTC will exercise control over Canadian content producers because Canadian content is important for our country and the market will not deliver enough of it. We have deliberately chosen, on the content side, a kind of non-market outcome, if you will. It is working well and we have good sources of Canadian content.

eu la chance de faire une offre sur le sans-fil au Canada et a donc dû choisir entre le câble aux États-Unis et la société de sans-fil Rogers Cantel, qui est devenue Rogers AT&T Wireless. C'est ce qu'il a choisi; il ne pouvait pas faire les deux. C'est une question d'argent.

Bien sûr que nous aimerions compter davantage sur le marché américain, parce que nous l'avons déjà fait et que nous avons prouvé que nous pouvions le faire — un cas rare pour bien des Canadiens. Les entreprises canadiennes ne réussissent pas très bien aux États-Unis, en général. Pourtant, notre société de câblodiffusion a eu beaucoup de succès aux États-Unis. Nous aimerions avoir pu continuer.

**Le sénateur Corbin:** Je n'ai pas voulu me montrer trop critique au sujet de la qualité de *L'actualité*. C'est une excellente revue d'information générale, l'une des meilleures du genre. Au Canada français, nous n'avons pas beaucoup de choix, mais celle-là est tout de même excellente et la qualité du français y est aussi bonne qu'elle doit l'être.

**M. Segal:** Merci.

**Le sénateur Massicotte:** Je veux revenir sur deux points dont nous avons traité antérieurement, et tenter de vous inciter à être un peu plus aventureux dans vos observations.

Nous avons parlé plus tôt du CRTC et de la propriété croisée. C'est un fait avéré sur le marché que, dans la mesure où il y a des contraintes ou de l'incertitude, le coût du capital augmente. Nous parlons du CRTC dans une certaine perspective, mais comme nous le savons tous, cet organisme jouit d'une grande liberté dans son examen des cas de propriété croisée au Canada, du contenu véhiculé et de bien d'autres choses. Cette liberté cause évidemment de l'incertitude sur le marché des capitaux.

Que pourrait-on avancer comme argument pour obtenir que cette liberté soit restreinte et que des lignes directrices fixes soient établies?

S'il y avait plus de certitude quant à l'approbation des demandes, je présume que vos coûts en capital diminueraient et que le consommateur en bénéficierait éventuellement. Est-ce un argument fort?

Je sais que vous avez dit que cet organisme servait bien le public, mais il y a des économies qui pourraient être réalisées si ses décisions étaient moins discrétionnaires.

Qu'avez-vous à dire là-dessus?

**M. Engelhart:** C'est sûr que, pour ce qui est du contenu des émissions de radio et de télévision, le CRTC a un grand pouvoir discrétionnaire. Il n'y a pas de doute que ses interventions concernant le contenu fait augmenter le coût du capital. C'est une politique que nous avons choisie, semble-t-il. Le CRTC surveille le contenu véhiculé au Canada parce que c'est important pour notre pays et que le marché n'en livrerait pas assez, autrement. Nous avons choisi délibérément, à cet égard, de créer un contenu qui n'est pas dépendant du marché, si vous voulez. Cela fonctionne bien et nous avons de bonnes sources de contenu canadien.



For telecommunications and cable, the CRTC has to move towards being as non-interventionist as possible, given the realities of the market. In the local telephone market, where there is virtually a 100 per cent monopoly, the CRTC must continue to regulate to protect the consumers. However, in markets such as long distance or the Internet, which have become increasingly competitive, the CRTC can and does step away from micromanagement. They have the right model. I would argue that in the cable television business, for example, they are still regulating too much, given how competitive that market has become with the implementation of satellite technology. I agree with Mr. Lind that the overall structure works well, even though I have my share of arguments on individual files and cases.

**Senator Massicotte:** Human nature being what it is, we are all attracted to the 10-second clip of something controversial or labelled “newsworthy.” However, the item is frequently frivolous or superficial. In the United Kingdom, there is a big debate in the media industry whether it exaggerated Mr. Blair’s problems or the existence of weapons of mass destruction in Iraq.

You are motivated to sell but, at the same time over the longer term, the Canadian population is best served when we concentrate on the content and its quality, yet that does not sell as well as the 10-second clip.

Do you think that in Canadian public policy something should be done to manage those two conflicting interests?

**Mr. Viner:** First, the CRTC does require us to be fair and balanced, including in the area of news reporting. The CRTC deals seriously with questions of comments that are deemed unfair and unbalanced.

The CRTC deals effectively with what they perceive to be a problem. There is a well-established complaint process and we frequently deal with the CRTC if, for example, we receive viewer/listener complaints.

I received two separate complaints last week that claimed we were clearly biased against one or the other of the potential leadership candidates in the pending Ontario election. The comments came from opposite camps so, clearly, we were probably pretty balanced.

We have a requirement under the Canadian Radio and Telecommunications Commission to be fair and balanced and to have a complaint process. The current system serves us well. There are not a great number of complaints.

**The Chairman:** How many journalists are in your employ?

**Mr. Segal:** Do you mean print journalists?

**The Chairman:** If you do not have the numbers today, could you obtain that figure for the committee?

**Mr. Lind:** Certainly.

Pour les télécommunications et le câble, le CRTC devrait en arriver à être le moins interventionniste possible, étant donné les réalités du marché. Sur le marché de la téléphonie locale, qui relève d’un monopole pratiquement à 100 p. 100, le CRTC doit maintenir son contrôle pour protéger les consommateurs. Toutefois, pour les interurbains et Internet, nous sommes devenus de plus en plus concurrentiels, et le CRTC peut cesser de faire de la microgestion — et il a effectivement cessé. Il applique le bon modèle. Selon moi, dans le domaine de la télévision par câble, par exemple, le CRTC exerce encore une trop grande réglementation, compte tenu du fait que ce marché est devenu tellement concurrentiel avec l’utilisation de la technologie par satellite. Je suis d’accord avec M. Lind pour dire que l’ensemble de la structure fonctionne bien, mais j’ai ma part de réserves quant à certains dossiers et cas particuliers.

**Le sénateur Massicotte:** La nature humaine étant ce qu’elle est, nous sommes tous attirés par les reportages de 10 secondes sur un fait controversé ou qui mérite apparemment d’être signalé. Toutefois, ces reportages sont souvent frivoles ou superficiels. Au Royaume-Uni, il y a un gros débat au sein de l’industrie des médias à savoir si l’on a exagéré les problèmes de M. Blair ou la possibilité qu’il y ait des armes de destruction massive en Irak.

Les médias veulent vendre leurs produits, mais à long terme, la population canadienne sera mieux servie si nous nous concentrons sur le contenu et la qualité, même si cela ne se vend pas aussi bien qu’une séquence de 10 secondes.

Croyez-vous qu’on puisse changer quelque chose à la politique gouvernementale canadienne pour permettre de bien gérer ces deux intérêts conflictuels?

**M. Viner:** Premièrement, le CRTC nous demande d’être équitables et équilibrés, y compris dans le domaine de l’information. Le CRTC traite avec sérieux des reportages présentant des propos qui sont jugés injustes ou peu nuancés.

Le CRTC traite efficacement les questions qui semblent pour lui présenter un problème. Il existe une procédure de traitement des plaintes bien établie, et nous avons fréquemment affaire à cet organisme si, par exemple, des auditeurs déposent une plainte à notre sujet.

J’ai reçu deux plaintes distinctes la semaine dernière. Les deux alléguaient que nous étions manifestement biaisés à l’endroit de l’un ou l’autre des candidats possibles au poste de premier ministre, dans notre couverture des élections fédérales en Ontario. Comme ces plaintes provenaient de camps opposés, il semble que nos points de vue étaient assez bien équilibrés.

Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes nous oblige à avoir une procédure de traitement des plaintes juste et équilibrée. Le système actuel nous sert bien, et nous n’avons pas beaucoup de plaintes.

**La présidente:** Combien y a-t-il de journalistes à votre emploi?

**M. Segal:** Parlez-vous des journalistes de la presse écrite?

**La présidente:** Si vous n’avez pas ces chiffres en main, pourriez-vous les obtenir pour le comité?

**M. Lind:** Certainement.

**The Chairman:** We are also interested in trends in the employment of journalists.

**Mr. Lind:** Do you mean educational background and such things?

**The Chairman:** I was actually thinking about numbers but if you have more information, anything you could give us would be helpful.

**Mr. Segal:** We could also give you, in addition to the full-time journalists who work for us, is information on freelancers. Last year Rogers Publishing spent \$14 million on freelancers across the country, in every corner of the country. I say "every corner" because they tend to be in every corner of the country. Our numbers will not only provide you with the data on full-time journalists but also the number of freelancers that we use across the country.

**Mr. Viner:** We could that information for both our radio and for television operations.

**Senator Graham:** Is that where the three cents a word applies?

**Mr. Segal:** I am not sure.

**The Chairman:** It used to be a number of cents per word, which is why there were so many wordy reports.

**The Chairman:** The editor's job was to slash the number of words.

Similarly, if you could give us any trends in newsgathering budgets not just for staff but also for increasingly complex, and expensive equipment, it would be helpful.

You have explained that you do not have a common editorial policy and that each outlet is free to set its own policies. You also talked about repurposing content. Could one of you describe that a bit further?

For example, someone may do a story for the *Medical Post* and then the item is repurposed. Is there a requirement from on high that it be repurposed? Is there a requirement that it be sent out? How does repurposing work?

**Mr. Viner:** Perhaps both Mr. Segal and I could tackle this question. The *Medical Post* is a good example. It is Canada's leading medical journal. It contains superb editorial content. From a business standpoint, we believe that editorial will be of interest to consumers.

**The Chairman:** When you say "editorial," do you mean "information" and not "opinion?"

**Mr. Viner:** I am sorry, "editorial" in this sense, is the content.

We have an e-newsletter called "medical posting," which we send to consumers who sign up for it through the various Web sites of our media company. We take the material and prepare a

**La présidente:** Nous nous intéressons aussi aux tendances concernant l'emploi de journalistes.

**M. Lind:** Vous voulez dire les études qu'ils ont faites et ce genre de choses?

**La présidente:** Je pense plutôt aux nombres, mais si vous avez plus d'information, tout ce que vous pourriez nous donner pourrait être utile.

**M. Segal:** Nous pourrions aussi vous fournir de l'information sur les pigistes, en plus des renseignements sur les journalistes qui travaillent pour nous à plein temps. L'an dernier, Rogers Publishing a consacré 14 millions de dollars à l'emploi de pigistes aux quatre coins du pays. Je dis «aux quatre coins», parce qu'il y en a vraiment partout. Nous vous donnerons non seulement les chiffres sur nos journalistes à plein temps, mais aussi sur le nombre de pigistes que nous engageons un peu partout au pays.

**M. Viner:** Nous pourrions vous fournir ces chiffres pour nos services de radio et de télévision.

**Le sénateur Graham:** Est-ce là que les 3 cents du mot s'appliquent?

**M. Segal:** Je ne suis pas sûr.

**La présidente:** L'usage a déjà été de payer les articles au mot, ce qui faisait des articles très verbeux.

**La présidente:** Le travail du rédacteur en chef consistait à couper le nombre de mots.

Si vous pouviez aussi nous informer au sujet des budgets relatifs à la collecte d'information, pas seulement pour le personnel mais aussi pour payer l'équipement de plus en plus complexe et coûteux, ce serait utile.

Vous nous avez dit qu'il n'y avait pas de politique éditoriale commune et que chaque organisme était libre de fixer ses propres politiques. Vous avez également parlé de la possibilité de recibler les contenus. Pourriez-vous nous en dire plus long à ce sujet? Est-ce que l'un d'entre vous pourrait nous décrire un peu mieux ce phénomène?

Par exemple, un journaliste peut écrire un article pour le *Medical Post*, et cet article peut être repris et reciblé. Y a-t-il des instructions venant d'en haut pour que cet article soit reciblé? Exige-t-on qu'il soit diffusé? Comment cela fonctionne-t-il?

**M. Viner:** M. Segal et moi pourrions répondre à cette question. Le *Medical Post* est un bon exemple. C'est la revue médicale la plus importante au Canada. Son contenu éditorial est extraordinaire. Du point de vue affaires, nous croyons que ce contenu intéresse les consommateurs.

**La présidente:** Quand vous dites «éditorial», voulez-vous dire «information» plutôt que «opinion»?

**M. Viner:** Désolé. J'employais le mot éditorial dans le sens de contenu.

Nous avons un bulletin d'information électronique intitulé «medical posting», que nous envoyons aux consommateurs qui s'y abonnent au moyen des différents sites Web de notre société de



short update of our news and information stations concerning a particular development in medicine. We think it is of interest to our audience and that is the context.

We are looking at childhood obesity. Editors bring forward these ideas and we support them. There is funding across the whole company and it will be treated by journalists at *Maclean's* and at *Today's Parent*. Information will be used on the radio station, as well. It is a benefit, and that is how we deal with it.

**The Chairman:** It should be a benefit to get new and original information to a broader audience. One could also suggest that a story about childhood obesity, when repurposed and sent to your radio stations, crowds out some other news story that the radio station itself might have produced or limits the diversity of coverage of that issue; which is to say, the radio station might not have come up with the same take on it as you have. This is a bit hypothetical, but do you see any difficulties or risks here? Do you have any policies to avoid?

**Mr. Viner:** I return to our original premise, which is that the editorial decisions are taken by the individual media outlets. We make this material available to them but they are not required to carry it. If, indeed, one of our media outlets has a different take on it, it is welcome to go forward with the article of their choosing.

We entrust the success of our media outlets to the individual publishers, managers, editors and program directors. With them resides both the responsibility and the obligation to provide content that will attract audiences and fulfil both the spirit and letter of regulation. It is entirely up to them to carry what they want to carry.

**The Chairman:** Senator Graham informs me that he does have a question and that he, unfortunately, must leave us in a few moments.

**Senator Graham:** We were talking about the CRTC's insistence on balance and fairness. I understand that you are to inform Canadians rather than influence them. Does that apply to phone-in shows or so-called "talk-back" shows? We do find in some parts of the country that there is much editorializing and hosts of talk-back type shows and phone-in shows are very adamant in trying to influence public opinion.

**Mr. Viner:** We do not do phone-in shows. Again, the issue is whether or not the content is clearly identified as editorial or opinion.

The commission will tell you that it frequently receives complaints from talk-show listeners. The individual broadcaster has the opportunity to respond and say whether or not it is its view that it has been fair, and the opportunity to provide other opinions if the determination is made that it has been unbalanced in some way.

médias. Nous rédigeons de courtes mises à jour des nouvelles de nos stations d'information concernant une quelconque découverte récente en médecine. Nous croyons que ce genre de contenu intéresse nos clients. C'est le contexte dans lequel ça se produit.

Nous nous intéressons aux problèmes d'obésité chez les enfants. Les rédacteurs proposent une idée et nous l'approuvons. Le financement provient de partout dans l'entreprise, et la question sera traitée par des journalistes du *Maclean's* et de *Today's Parent*. Cette information sera aussi utilisée à la radio. C'est un avantage, et c'est ainsi que nous procédons pour ce faire.

**La présidente:** Ce devrait être avantageux d'acheminer de l'information nouvelle et de première main à un auditoire plus large. On pourrait aussi dire qu'un reportage sur l'obésité chez les enfants, s'il est reciclé et envoyé à vos stations de radio, prend la place de certaines autres nouvelles que la station aurait pu produire elle-même, ou encore qu'il limite la diversité des sources de couverture de cette question. Autrement dit, la station de radio n'en serait peut-être pas arrivée au même reportage que celui qui leur a été communiqué. C'est un peu hypothétique, mais voyez-vous des risques ou des difficultés avec cette façon de fonctionner? Y a-t-il des politiques pour éviter cela?

**M. Viner:** Je reviens à notre prémisse de base, soit que les décisions sur le contenu sont prises par chaque entreprise de médias distincte. Ces reportages sont mis à leur disposition, mais rien ne les oblige à les diffuser. Bien sûr, si l'une de nos entreprises de médias a une opinion différente sur le sujet, elle peut absolument diffuser un autre article de son choix.

Nous laissons aux soins des éditeurs, gérants, rédacteurs et directeurs des programmes le soin d'assurer le succès de leur entreprise. Ils ont la responsabilité et l'obligation d'offrir un contenu qui intéresse leur auditoire et qui respecte l'esprit et la lettre de la réglementation. Ils ont le plein pouvoir de diffuser ce qu'ils veulent diffuser.

**La présidente:** Le sénateur Graham me dit qu'il a une question à poser et qu'il doit malheureusement partir bientôt.

**Le sénateur Graham:** Nous parlions du fait que le CRTC insiste pour que le contenu soit équitable et équilibré. Je comprends que vous cherchez à informer les Canadiens, et non à les influencer. Cela s'applique-t-il aux lignes ouvertes téléphoniques? Nous constatons que, dans certaines régions du pays, beaucoup d'opinions sont émises dans le cadre de lignes ouvertes ou d'émissions-débats qui essaient manifestement d'influencer l'opinion publique.

**M. Viner:** Nous n'avons pas d'émissions avec lignes ouvertes. Encore une fois, la question est de distinguer clairement ce qui constitue un éditorial, ou une opinion.

Le Conseil vous dira qu'il reçoit fréquemment des plaintes d'auditeurs de lignes ouvertes. Le radiodiffuseur en cause peut alors répondre et dire si, selon lui, le contenu véhiculé était équitable. Il peut ensuite exprimer d'autres opinions si l'on a jugé que le contenu n'était pas équilibré.



We do have some sports talk shows, and one can argue whether they are information or something else.

**Mr. Lind:** In cable, we do an ask-the-manager show once a week where people can berate the manager for service problems or whatever.

**Senator Forrestall:** I wish to ask you about the adequacy of schools of journalism in terms of supplying the workforce that you need. Are you happy with them? Are you people-watching from high? Do you contribute to their support?

**Mr. Viner:** My answer is "yes," to all of those questions. I think Mr. Segal should also respond.

I am on the advisory committee of the Radio and Television Arts Program at Ryerson University. We support the education of journalists in a number of ways. We provide the John W. Graham scholarships and bursaries to students of various ethnic backgrounds in order for them to be able to complete their education at Ryerson. These funds have been available for about 15 years and have gone to many students who have eventually ended up working with our television service.

We conduct seminars at various universities across Canada for the purpose of finding people who are interested in sports broadcasting. We have provided bursaries and scholarships to schools of journalism from UBC and Simon Fraser to Ryerson and other community colleges. Each year, we take interns from the various programs to our various media properties.

Perhaps Mr. Strati has something to add that I may have overlooked.

**Mr. Strati:** There is also a recent initiative with Rogers Sportsnet. Sportsnet has four regional feeds across Canada serving different interests and communities.

We have programs with BCIT, NAIT in Alberta, Concordia University in Quebec, and Ryerson in Ontario. The programs are a bit more than scholarships. There are also some mentorship programs where students and sports journalists come to various regions and work with and get involved with staff, as well as initiatives with universities to establish seminars. Weekend seminar programs are available not only to the students but to people who are interested in the specific area of sports journalism. Thus, there are initiatives in place.

**Senator Forrestall:** You overwhelm me, but you overwhelm me with the obvious; everything is west of Montreal.

When I turn on my television set, I have to listen to Ontario news. It is as bad as listening to CNN. There are several ways of resolving this situation. One of them would be to encourage those of you who participate actively in the boards of some these institutions to encourage the hiring of fellows from out in the boondocks.

Nous avons des émissions-débats dans le domaine des sports. On peut s'interroger à savoir s'il s'agit bien d'information ou d'autre chose.

**M. Lind:** Avec le câble, nous avons une fois par semaine une période «demandez-le au gérant». Les gens peuvent alors critiquer le gérant plein leur saoul pour des problèmes de service ou toute autre chose.

**Le sénateur Forrestall:** Je voulais vous interroger au sujet de l'efficacité des écoles de journalisme. Trouvez-vous qu'elles font du bon travail? Êtes-vous de ceux qui surveillent ce qu'elles font? Leur apportez-vous du soutien?

**M. Viner:** Ma réponse est oui à toutes ces questions. Je pense que M. Segal devrait aussi y répondre.

Je siège au Comité consultatif du programme des arts de la radio et de la télévision, à l'Université Ryerson. Nous soutenons l'éducation des journalistes de différentes façons. Nous offrons les bourses d'études John W. Graham à des étudiants de diverses origines ethniques pour leur permettre de terminer leurs études à Ryerson. Ces fonds sont disponibles depuis environ 15 ans, et beaucoup d'étudiants qui en ont profité ont fini par venir travailler pour notre service de télévision.

Nous tenons des séminaires dans différentes universités au Canada dans le but de trouver des gens qui s'intéressent à la radiodiffusion des sports. Nous avons offert des bourses aux écoles de journalisme de l'Université de la Colombie-Britannique et de Simon Fraser, en plus de Ryerson et de certains collèges. Chaque année, nous employons, dans nos divers services de médias, des stagiaires venant de différents programmes.

M. Strati aurait peut-être quelque chose à ajouter. J'ai pu en oublier.

**M. Strati:** Il y a aussi une nouvelle initiative, Rogers Sportsnet. Sportsnet a quatre stations régionales au Canada, consacrées à différents intérêts et différentes collectivités.

Nous avons des programmes établis avec le BCIT, le NAIT en Alberta, l'Université Concordia au Québec et Ryerson en Ontario. Ces programmes font plus que distribuer des bourses. Il y a également des programmes de tutorat où étudiants et journalistes de sports se rendent dans différentes régions et se mêlent au personnel. Nous avons aussi des initiatives de création de séminaires en collaboration avec des universités. Les programmes de séminaires de fin de semaine sont à la disposition non seulement des étudiants, mais aussi des gens qui s'intéressent particulièrement au journalisme sportif. Il y a donc différents programmes.

**Le sénateur Forrestall:** Vous m'inondez d'information, mais ce qui me saute aux yeux, c'est que tout se passe à l'ouest de Montréal.

Quand j'allume la télévision, je dois écouter les nouvelles d'Ontario. C'est aussi pire que d'écouter CNN. Il existe différents moyens de régler le problème, notamment encourager ceux d'entre vous qui siègent aux conseils de certaines de ces institutions à favoriser l'embauche de boursiers chargés de cours venant des régions éloignées.

We have a point of view in Eastern Canada that is rather comfortable and we have enjoyed it for almost 400 years, as a matter of fact. The West does as well. Please do not engulf us. Please let us see something that must be from Newfoundland or northern New Brunswick once in a while.

**Mr. Lind:** We were on sports. Let me just say that our sports network is the only sports network that splits Canada into four regions and broadcasts different feeds to each one of those areas.

**Senator Forrestall:** If you are informing me, you are also moulding my opinion and I do not even realize it unless I protect all the quality of the bricks that go into the structure that advises me. Then I have reason to be concerned.

**The Chairman:** How many bureaus do you have? Do the radio stations just rip and read or do they have journalists on the ground?

You have a long list of your educational initiatives. If you could give us a more specific form, that would be very helpful indeed.

**Mr. Viner:** We have a significant number of reporters and EFP, electronic feed production people, in all of our media outlets. We think it is a key, perhaps not a differentiator, but it is a unique selling proposition and it is key to our ability to deliver the news.

**The Chairman:** Back to this business of independent editorial or information content. Do you have a formal policy statement? Do your employees get a written guarantee that you expect you to function independently?

A couple of former newspaper publishers who had appeared before us, who have worked for separate, different, large companies have talked about having such statements and suggesting that they found them very helpful and useful.

Have you ever thought about making such a statement?

**Mr. Lind:** We have not been burdened by being large newspaper owners. When, for example, we owned the *Sun*, we started to wrestle with those problems but then they went away again.

**The Chairman:** That brings up the next question, which is, would you be interested in getting back into the newspaper business?

**Mr. Lind:** We just look at anything but no we do not have specific plans to get back into the newspaper business.

**Mr. Viner:** On the editorial independence, I guess that we have not provided regulation when there did not appear to be a problem. We have not responded to it and we have not had complaints from either our listener, viewers, or our editorial staff.

Nous avons un coin, dans l'est du Canada, qui est assez confortable et que nous apprécions depuis près de 400 ans, en fait. C'est le cas de l'Ouest également. Nous aimerions ne pas être enterrés. Ce serait bien de voir quelque chose qui vienne de Terre-Neuve ou du nord du Nouveau-Brunswick, de temps en temps.

**M. Lind:** Nous parlions des sports. Laissez-moi seulement ajouter que notre réseau des sports est le seul qui divise le Canada en quatre régions et qui diffuse une programmation différente dans chacune de ces régions.

**Le sénateur Forrestall:** Si vous m'en informez, vous êtes aussi en train d'influer sur mon opinion sans que je m'en rende compte, à moins que je protège toute la qualité de la brique qui forme la structure qui me conseille. J'ai donc raison de m'inquiéter.

**La présidente:** Combien de bureaux avez-vous? Les stations de radio se contentent-elles de lire des nouvelles glanées ailleurs ou ont-elles des journalistes sur les lieux?

Vous avez une longue liste d'initiatives éducatives. Si vous pouviez nous en donner une liste plus précise, cela serait très utile.

**M. Viner:** Nous avons un nombre important de reporters et de spécialistes de la production de vidéos légères dans toutes nos stations de radio et télévision. Nous croyons que c'est un élément clé; ce n'est peut-être pas ce qui nous différencie, mais c'est ce qui nous rend crédibles et qui nous donne la capacité de faire les bulletins de nouvelles.

**La présidente:** Revenons à cette question d'indépendance de contenu éditorial ou informatif. Existe-t-il une politique ou une déclaration officielle sur ce point? Vos employés ont-ils une garantie écrite qu'ils peuvent agir de façon indépendante dans le cadre de leurs fonctions?

D'anciens éditeurs de journaux qui ont témoigné devant nous et qui ont travaillé pour différentes grosses sociétés ont dit qu'ils avaient de telles garanties. Pour eux, c'était très utile et rassurant.

Avez-vous jamais pensé à rédiger une déclaration établissant cette garantie?

**M. Lind:** Nous ne nous sommes pas laissés submerger par les problèmes typiques des propriétaires de journaux importants. Par exemple, à l'époque où nous détenions le *Sun*, nous commençons à être aux prises avec ces problèmes, mais nous nous sommes retirés.

**La présidente:** Ce qui nous amène à la question suivante, c'est-à-dire seriez-vous intéressés à revenir à l'industrie des quotidiens?

**M. Lind:** Nous sommes ouverts à tout, mais nous n'avons pas de plan précis prévoyant un retour à cette industrie.

**M. Viner:** Sur le plan de l'indépendance des équipes de rédaction, je suppose que nous n'avons pas imposé de réglementation sur les questions qui n'ont jamais semblé poser de problème. Nous n'avons rien fait à cet égard, et nous n'avons

As you have heard, I think if we tried to influence our editors, you would hear from them.

**The Chairman:** I can remember when I was a junior journalist, that there was a strong conviction that you were hired to be a good and fearless journalist, except in anything affecting your employer; the bigger and more diverse your employer, of course, the bigger the field of information that; rightly or wrongly, might constrain you.

How do you see the Internet affecting the provision of market for news and information, in the coming years?

**Mr. Segal:** Earlier on there was there was an awful lot of content on the Internet that was unbranded, particularly in news and information where everyone was publishing their own information and their own "news" but it did not have any standards. It was not part of any kind of peer review.

That has changed to a situation where the strongest sources of Internet news and information are attached to branded products that people understand. Whether it is the *Maclean's* Web site or a *Globe and Mail* or the *Wall Street Journal* or the *New York Times*, the Internet component of it is an extension of the same legitimacy to the extent that the brand brings to the site. People read it in the same context as they would read the newspaper or the magazine.

I think that in the future, we will see more of branded, referenced, peer reviewed standard-based journalism, as compared to free-lance uncontrolled journalism which we saw a lot of during the boom days.

Therefore, if you had questions about the mother brand, then you might have questions about the Internet brand attached to it, but you would look at the two in a similar way.

I think the news services have become "feeders," they feed the print brands, and the Internet brands but differently. So Canadian press, or Reuters, or Thomson, are feeders of data or of their own content, which historically, has always been processed by the major newsrooms, not necessarily as presented but within the context, or spin of the story they wanted developed.

**The Chairman:** Do you see it as a supplement to the current sources or a replacement?

**Mr. Segal:** I am biased; I like the touch of paper, print. I think you use it for different reasons. It does not have the mobility or the feel, or the ability to take it anywhere you want to take it that easily. I do not think that people will give up on printed information. If it is done right, as many of them are, you can get a

reçu aucune plainte de nos auditeurs, de nos téléspectateurs ou de notre personnel. Comme vous l'avez entendu dire, je pense que, si nous essayions d'influencer nos rédacteurs, vous entendriez parler d'eux.

**La présidente:** Je me souviens, à l'époque où j'étais jeune journaliste, qu'on croyait vraiment être embauché pour agir comme des journalistes sans peur et sans reproche, sauf pour tout ce qui avait trait à notre employeur. Plus l'employeur était gros et diversifié, bien sûr, plus étaient nombreux les domaines d'information sur lesquels nous croyions, à tort ou à raison, qu'il était délicat de travailler.

Selon vous, en quoi Internet changera-t-il le marché de l'information, au cours des prochaines années?

**M. Segal:** Au début, il y avait beaucoup de documents sur Internet qui n'étaient pas identifiés, surtout en ce qui concerne les nouvelles et l'information. Tout le monde publiait sa propre information, ses propres nouvelles, mais sans aucune norme établie. Il n'y avait aucune révision par les pairs.

La situation a changé. Maintenant, les sources de nouvelles les plus solides, sur Internet, sont rattachées à des sites connus que les gens comprennent. Il peut s'agir du site Web du *Maclean's*, du *Globe and Mail* ou du *Wall Street Journal*, ou encore du *New York Times*, le site Internet n'est qu'un prolongement d'organes d'information qui existent déjà. Les gens lisent les nouvelles sur ces sites comme ils le feraient s'ils lisaient le journal ou le magazine.

Je crois qu'à l'avenir le journalisme normatif révisé par les pairs et cité comme source de référence proviendra davantage de sources identifiées, comparativement au journalisme non encadré que font les pigistes, ce que nous avons largement connu lors de l'explosion journalistique.

Par conséquent, si vous vous posiez des questions sur les sources d'information du journal, alors vous vous poserez aussi des questions sur les sources d'information dans Internet de ce même journal, mais vous les considérerez tous deux de la même manière.

Je pense que les agences de nouvelles sont devenues des «sources d'alimentation» qui nourrissent la presse écrite et la presse électronique, mais de manière différente. Donc, Canadian Press, ou Reuters, ou Thomson, présentent des données ou leur propre contenu qui, historiquement, a toujours été traité par les principales salles des dépêches, pas nécessairement tel qu'il était présenté mais dans son contexte, ou interprètent de manière partisane la nouvelle qu'elles veulent rapporter.

**La présidente:** Croyez-vous qu'il s'agit d'une source supplémentaire aux sources actuelles ou d'une source de remplacement?

**M. Segal:** J'ai un parti pris; j'aime prendre un journal dans mes mains. Je crois qu'on consulte Internet pour différentes raisons. Il n'offre pas la souplesse, ni la sensation, ni la possibilité de l'apporter facilement là où vous le voulez. Je ne crois pas que les gens vont abandonner la presse écrite. Si les sites sont bien faits,



lot more data than you could get in the print equivalent of it. You can search stories and get more data about a particular subject matter than you can from the printed article.

**The Chairman:** The 50,000 or so readers that *Maclean's* has lost, where have they gone?

**Mr. Segal:** We have to differentiate between readers and subscribers. We are measured on the basis of our readership and the subscribers have gone down but the readers have actually gone up.

That is because of pass along readership and so on. I am sure that the media use habits have changed and the Internet is one component of that change. Broadcast is certainly a very strong component of it as well; you not only have CNN, or CBC Newsworld, or CTV, but also Fox News and other options available to you.

**The Chairman:** Do you have any studies on changes in media use, either historical, or what is likely to happen?

**Mr. Lind:** We read all the journals all the time about what is happening and what is projected to happen in the future. These sources are available to you as well.

**The Chairman:** I thought maybe you would have some wonderful in-house documents you could give us.

**Mr. Lind:** We are not able to tell where it will be in 10 years. If we could, we would be pretty good.

**Senator Corbin:** Is correct that you do not own or operate anything in the Atlantic Provinces? You have the sports feed, but other than that, you are not a player at all down there.

**Mr. Lind:** We are in cable in a big way, in Newfoundland and in New Brunswick. We have applications for radio stations in several Maritime provinces.

**Senator Corbin:** What is the situation in New Brunswick with respect to cable?

**Mr. Lind:** We own most of the cable in New Brunswick, and in Newfoundland as well.

**Senator Corbin:** In terms of publishing —

**Mr. Lind:** I did not want to say that in front of Senator Forrestall, because we are not in Nova Scotia.

**Senator Corbin:** He complains a lot about central Canada ignoring the East; but coming from New Brunswick, we tend to get a lot of Halifax news dumped on us.

**Mr. Lind:** We are also in publications and in wireless across the country.

ce qui est le cas de nombre d'entre eux, vous pouvez obtenir beaucoup plus de renseignements que dans la version imprimée. Vous pouvez chercher une nouvelle et trouver plus d'informations sur un sujet précis que ce qu'un article de journal présenterait.

**La présidente:** Où sont passés les quelque 50 000 lecteurs perdus par *Maclean's*?

**M. Segal:** Il faut faire la différence entre les lecteurs et les abonnés. Nous sommes cotés en fonction du nombre de lecteurs; le nombre d'abonnés a diminué, mais le nombre de lecteurs a effectivement augmenté.

Cela est dû au fait que les lecteurs font circuler le magazine. Je suis certain que les habitudes de lecture des médias ont changé et Internet n'est qu'un des éléments de ce changement. La télédiffusion est certainement un élément très important aussi; vous avez non seulement CNN, ou CBC Newsworld, ou CTV, mais également Fox News et d'autres chaînes.

**La présidente:** Disposez-vous d'études sur le changement des habitudes de consultation des médias, qu'elles soient rétrospectives ou tournées vers l'avenir?

**M. Lind:** Nous lisons toujours tous les journaux pour connaître la situation actuelle et future. Vous pouvez également consulter ces sources.

**La présidente:** Je pensais que vous pourriez avoir des documents maison exceptionnels que vous auriez pu nous remettre.

**M. Lind:** Nous sommes incapables de dire quelle sera la situation dans dix ans. Si nous le pouvions, nous serions plutôt bons.

**Le sénateur Corbin:** Vous ne possédez ni n'exploitez aucune entreprise dans les provinces de l'Atlantique, n'est-ce pas? Vous couvrez les sports, mais à part cela vous n'avez aucun intérêt là-bas.

**M. Lind:** Nous exploitons une grande entreprise de distribution par câble à Terre-Neuve et au Nouveau-Brunswick. Nous avons présenté des demandes pour des stations de radio dans plusieurs provinces Maritimes.

**Le sénateur Corbin:** Quelle est la situation au Nouveau-Brunswick en ce qui concerne la distribution par câble?

**M. Lind:** Nous assurons la majeure partie de la distribution par câble au Nouveau-Brunswick, et à Terre-Neuve également.

**Le sénateur Corbin:** En ce qui concerne l'édition...

**M. Lind:** Je ne voulais pas en parler devant le sénateur Forrestall, parce que nous ne sommes pas présents en Nouvelle-Écosse.

**Le sénateur Corbin:** Il se plaint beaucoup du fait que le Canada central méconnaît l'Est canadien; mais je viens du Nouveau-Brunswick et je sais qu'on a tendance à nous présenter beaucoup de nouvelles provenant d'Halifax.

**M. Lind:** Nous travaillons aussi dans le domaine de l'édition et de la technologie sans fil partout au pays.

**Senator Corbin:** You do not have publication houses in New Brunswick?

**Mr. Lind:** No, we do not.

**Senator Corbin:** Are you not interested? You said earlier that you would look at any opportunity.

**Mr. Lind:** We will look at anything.

**Senator Corbin:** We could suffer a little diversification of ownership in New Brunswick publications. Thank you.

**The Chairman:** I am stopping only because we have to proceed to our next meetings. We have only scraped the surface, although you have been very helpful. As we proceed, I wonder whether it would be possible to invite you back or, alternatively, to send you some questions and ask for your responses?

**Mr. Lind:** We would be delighted to appear or to answer further questions, Senator.

**The Chairman:** Thank you very much indeed. It has been a most instructive session. We are very grateful to you.

The committee adjourned.

---

OTTAWA, Thursday, October 9, 2003

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 10:46 a.m. to examine the current state of Canadian media industries; emerging trends and developments in these industries; the media's role, rights, and responsibilities in Canadian society; and current and appropriate future policies relating thereto.

**Senator Joan Fraser (Chairman)** in the Chair.

[English]

**The Chairman:** Honourable senators, it is a great pleasure for me once again to welcome you, our witnesses, members of the public and viewers across Canada to this meeting of the Standing Senate Committee on Transport and Communications.

The committee is examining the state of the Canadian news media. The particular question that interests us is the appropriate role of public policy in helping to ensure that the Canadian news media remain healthy, independent, and diverse in light of the tremendous changes that have occurred in recent years, notably globalization, technological change, convergence and increased concentration of ownership.

[Translation]

Our witnesses today represent the organization Our Public Airwaves. According to the brief submitted to the committee, Our Public Airwaves is the initiative of concerned Canadians who

**Le sénateur Corbin:** Vous ne possédez pas de maison d'édition au Nouveau-Brunswick?

**M. Lind:** Non.

**Le sénateur Corbin:** Êtes-vous intéressé par ce domaine? Vous avez dit plus tôt que vous étudieriez n'importe quelle possibilité.

**M. Lind:** Nous envisageons toutes les possibilités.

**Le sénateur Corbin:** Le Nouveau-Brunswick pourrait bénéficier d'un peu de diversité dans le domaine de l'édition. Merci.

**La présidente:** Je dois vous arrêter parce que nous devons nous rendre à d'autres réunions. Nous n'avons fait qu'effleurer le sujet, mais votre aide a été très précieuse. Avant de partir, j'aimerais savoir si nous pouvons vous inviter de nouveau ou, sinon, si nous pouvons vous faire parvenir quelques questions en espérant une réponse de votre part.

**M. Lind:** Nous serions heureux de nous présenter de nouveau devant le comité ou de répondre à d'autres questions, sénateur.

**La présidente:** Merci beaucoup. Cette séance a été des plus instructives. Nous vous sommes très reconnaissants.

La séance est levée.

---

OTTAWA, le jeudi 9 octobre 2003

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 10 h 46 pour examiner l'état actuel des industries de médias canadiennes; les tendances et les développements émergents au sein de ces industries; le rôle, les droits et les obligations des médias dans la société canadienne; enfin, les politiques actuelles et futures appropriées par rapport à ces industries.

**Le sénateur Joan Fraser (présidente)** occupe le fauteuil.

[Traduction]

**La présidente:** Honorables sénateurs, c'est pour moi un grand plaisir de vous souhaiter la bienvenue une fois de plus, à vous, les témoins, à l'assistance, ainsi qu'aux téléspectateurs de tout le Canada, à cette séance du Comité sénatorial permanent des transports et des communications.

Le comité étudie l'état actuel des médias d'information au Canada. La question qui nous intéresse plus particulièrement est le rôle que la politique publique doit jouer pour aider les médias d'information à rester en bonne santé, indépendants et diversifiés, à la lumière des profonds changements qui se sont passés ces dernières années, notamment la mondialisation, les exigences de la technologie, la convergence et une concentration plus poussée de la propriété des médias.

[Français]

Aujourd'hui, nous accueillons des représentants de l'organisation de Nos ondes publiques. Selon le mémoire soumis au comité, cette organisation est l'initiative de Canadiens

believe a strong public broadcasting system is essential to provide a broad range of innovative programming in the public interest, independent of commercial considerations.

[English]

Today, we are pleased to welcome Mr. Arthur Lewis, Ms. Sheila Petzold and Mr. Doug Willard. Welcome to all of you. We are glad that you were able to join us.

**Mr. Arthur Lewis, Executive Director, Our Public Airwaves:** Madam Chair, before we start our presentation, if you will indulge me, I would like to introduce more fully my two colleagues.

Mr. Doug Willard, who is from Saskatchewan, has just stepped down as President of the Canadian Teachers' Federation. Teachers are big supporters of our organization because they see public broadcasting as an extension of the education system and an important part of the lifelong learning that is more essential than ever in this ever-changing society of ours. While we will be speaking today primarily about the CBC, the provincial educational broadcasters are also important to us.

Ms. Sheila Petzold, who chairs our coordinating committee, is a former CBC executive producer in charge of independent production for Ontario. She now heads her own production company based here in Ottawa. It is called Telewerx. She produces and sells programming not only to the CBC, but also History Television, APTN, Vision, Saskatchewan's SCN educational network and B.C.'s Knowledge Network. She is currently working for the Library of Parliament, documenting the restoration that is now underway.

As advocates of public broadcasting, we have come today to tell you well you why it is an important part of the solution to the problem that you are studying.

We thank you for this opportunity to participate in your important review of Canadian media.

You have already heard in the course of the hearings from a number of witnesses about the dangers to a democratic society that arise from increased concentration of ownership and the related issue of cross-ownership. There is nothing new that we can add to that. However, we would like to provide you with a couple of pertinent illustrations of those dangers drawn from recent media coverage.

The first is the release last June of the report on Canadian broadcasting prepared by the House Standing Committee on Canadian Heritage. As members of this committee will certainly appreciate, this report dealt with the vital area of national public policy. This excellent report, which was two years in the making and was chock full of important recommendations on public

préoccupés qui croient qu'un système de radiodiffusion public solide est essentiel pour offrir une vaste gamme d'émissions novatrices dans l'intérêt du public, indépendamment des considérations commerciales.

[Traduction]

Aujourd'hui, nous sommes heureux d'accueillir M. Arthur Lewis, Mme Sheila Petzold et M. Doug Willard. Bienvenue à vous tous. Nous sommes heureux que vous ayez pu vous joindre à nous.

**M. Arthur Lewis, directeur général, Nos ondes publiques:** Madame la présidente, avant d'entamer notre exposé, je voudrais vous présenter de façon plus précise mes deux collègues.

M. Doug Willard, qui vient de la Saskatchewan, vient de quitter ses fonctions de président de la Fédération canadienne des enseignantes et enseignants. Les enseignants appuient fermement notre organisation, car ils voient dans les services de radiodiffusion publics un prolongement du système d'éducation et un élément capital de la formation permanente qui est plus essentielle que jamais à la société en constante mutation qui est la nôtre. Aujourd'hui, nous parlerons surtout de la CBC, mais les services provinciaux de télédiffusion éducative sont tout aussi importants à nos yeux.

Mme Sheila Petzold, qui préside notre Comité de coordination, est un ancien chef de production à la CBC. Elle était chargée de la production indépendante en Ontario. Elle dirige maintenant sa propre entreprise de production, qui est installée ici même, à Ottawa. Il s'agit de Telewerx. Elle produit et vend des émissions non seulement à la CBC, mais aussi aux chaînes History Television, APTN et Vision, ainsi qu'au réseau éducatif SCN de la Saskatchewan et au Knowledge Network de la Colombie-Britannique. Elle travaille en ce moment pour la Bibliothèque du Parlement, pour laquelle elle documente les travaux de restauration en cours.

À titre de défenseurs de la radiodiffusion publique, nous comparaissons aujourd'hui pour vous dire pourquoi il s'agit d'un élément de solution important au problème que vous êtes en train d'étudier.

Nous vous remercions de nous permettre de participer à cet examen des plus importants concernant les médias canadiens.

Un certain nombre de témoins vous ont déjà parlé des dangers que représentent pour une société démocratique la concentration accrue de la propriété des médias et la propriété croisée. Nous n'avons rien de neuf à ajouter à ce sujet, mais nous voudrions vous présenter deux exemples récents qui illustrent ces dangers et que nous avons tirés de récents reportages dans les médias.

Le premier est la publication, en juin dernier, du rapport sur la radiodiffusion que nous devons au Comité permanent du patrimoine canadien des Communes. Les membres de votre comité se rendront certainement compte que ce rapport portait sur un aspect essentiel de la politique publique nationale. Cet excellent rapport, qui est le fruit de deux années de travail et est



policy disappeared almost immediately from public view. News coverage was short and uninformative. Many of the recommendations in the report received no mention at all. In the days following the release of the report, which received very limited news coverage, there was no sign of the informed debate that one hoped would appear on the pages of our leading newspapers.

In that same period, vast forests were decimated to provide Canadians with detailed coverage of the personal tragedy of Dar Heatherington, an unknown municipal counsellor from Lethbridge. I have to wonder whether there is a living, breathing Canadian who is not now familiar with every detail of Ms. Heatherington's strange adventures in Montana and Las Vegas.

It was not for lack of available space that the heritage report was ignored. One might reasonably ask whether this was a question of preference for trivial gossip as opposed to substantive issues of public policy. That may well be the case.

Media columnist for *The Toronto Star*, Antonia Zerbisias suggests that other darker forces might have been at work. In her column of July 10, 2003, she noted that not only was the report itself ignored, but also when the chair of the Heritage Committee, the Honourable Clifford Lincoln went to Toronto this summer to drum up publicity, he got very little coverage. It was as if the report "had fallen into a black news hole," as Ms. Zerbisias.

She went on to speculate that the lack of news coverage just might be related to the report's recommendations on better funding for the CBC, continued restriction on foreign ownership of ownership of media companies, and a moratorium on new broadcast licenses for companies that also own newspapers.

That is a pertinent current example of what might possibly happen to news coverage when the topic is at odds with the interests of the owners of our giant media conglomerates.

Our second example is media coverage of the CBC itself. We are among those who believe that the CBC receives less than a fair shake from CanWest Global. In an attempt to verify that suspicion, we did a search for the name "CBC" on the Web sites operated by both *The Globe and Mail* and CanWest to ensure that our findings were not an anomaly of some sort. We have done this comparative search a number of times in recent months. The results have been as consistent as they are fascinating.

On September 3, 2003, *The Globe and Mail* listed 44 citations for CBC in its Web site database, which covered the previous seven days. Twelve citations were substantial references of which seven referred to news items quoting CBC news reports or interviews from CBC "Newsworld." That is as it should be because the CBC is a major source of news coverage in this country.

rempli de recommandations importantes, est passé presque inaperçu. La couverture médiatique de la publication du rapport a été généralement brève et sans intérêt. Un grand nombre des recommandations ont été passées sous silence. Dans les jours qui ont suivi, il n'y a eu aucun signe du débat éclairé que le rapport aurait dû susciter dans les pages de nos grands journaux.

Au cours de la même période, de vastes forêts ont été sacrifiées pour permettre l'impression d'articles détaillés sur le drame de Dar Heatherington, une conseillère municipale de Lethbridge jusque-là inconnue. Tous les Canadiens connaissent à présent dans les moindres détails les étranges aventures de Mme Heatherington au Montana et à Las Vegas.

Si le rapport du Comité du patrimoine canadien est passé inaperçu, ce n'est pas parce qu'il manquait de place dans les médias. On peut raisonnablement se demander s'il s'agissait simplement d'une préférence des médias pour les potins insignifiants plutôt que pour des questions de fond concernant la politique publique. C'est bien possible.

La chroniqueuse du *Toronto Star* qui traite des médias, Antonia Zerbisias, avance l'idée que des forces plus obscures sont peut-être à l'œuvre. En effet, dans sa chronique du 10 juillet 2003, elle fait remarquer que non seulement le rapport a été passé sous silence, mais aussi que le passage à Toronto du président du comité, l'honorable Clifford Lincoln, pour faire la promotion du rapport, a également reçu fort peu de publicité. C'est comme si le rapport était tombé dans un trou noir médiatique, de dire Mme Zerbisias.

La journaliste émet l'hypothèse que l'absence de couverture médiatique tient peut-être au fait que des recommandations proposent un financement accru pour la SRC, le maintien de restrictions sur la propriété étrangère des entreprises médiatiques et un moratoire sur l'attribution de nouvelles licences de radiodiffusion aux entreprises qui sont déjà propriétaires de journaux.

Voilà donc un exemple d'actualité de ce à quoi peut ressembler la couverture médiatique lorsque le sujet va à l'encontre des intérêts des propriétaires de nos conglomerats médiatiques géants.

Notre deuxième exemple est celui de la couverture médiatique de la SRC. Nous sommes de ceux qui croient que CanWest Global ne traite pas la SRC de façon équitable. Pour confirmer nos soupçons, nous avons fait une recherche des mentions de la SRC sur les sites Web exploités par le *Globe and Mail* et par CanWest pour nous assurer que nos conclusions ne tenaient pas de l'anomalie. Nous avons répété l'expérience plusieurs fois au cours des derniers mois, et les résultats sont aussi constants qu'intéressants.

Le 3 septembre 2003, le *Globe and Mail* comptait 44 mentions de la SRC dans la base de données de son site Web, qui portait sur les sept jours précédents. De ce nombre, 12 étaient importantes, notamment sept qui concernaient des questions d'actualité citant des reportages de la SRC ou des entrevues au réseau Newsworld de la CBC. Il n'y a pas lieu de s'étonner de ces chiffres, car la SRC est une importante source d'information au Canada.

I would like to contrast that with the two Web sites operated by CanWest Global. The *National Post* archives material from its Web site for 14 days. It had only two citations for CBC, an average of one a week compared to 44 for *The Globe and Mail*. Both of the *National Post* citations were negative. One citation included a letter attacking CBC for alleged anti-Israel bias, which is a favourite CanWest Global topic. The second was an economics topic about possible changes to Quebec's subsidized daycare program and contained two gratuitous swipes at the CBC.

CanWest has the second largest Web site, Canada.com. Some items on their database go back as far as 19 months. On September 3, there were 23 CBC citations.

Two things stood out. First, there was a total absence of quotes from the CBC news reports or interviews. In the CanWest Global universe, it would appear that no original news coverage originates from the CBC, or at least, none for which CanWest is prepared to give the CBC credit. The second notable thing was the large quantity of negative material.

We have done this same Internet search a number of times in recent months, most recently on October 1, 2003. One of the most bizarre aspects is that in every search for CBC on their database the same item always comes up first. The transcript of a Global Sunday program from March 3, 2002 is titled "Should the CBC Be Privatized," is the first item each time. This may be only a quirk in their search engine, but it is a strange coincidence that this same item, 19 months old, always comes up first when you search for CBC on the Canada.com Web white.

On September 3, 2003, the third item on the list was a news item headed "Nova Scotia Party is Critical of CBC." The fifth item was a commentary more than a year old entitled "CBC's Soft Stance on Terrorists." The tenth item, another commentary that was nine months old, was entitled "CBC: A Bastion of Propagandists and Twits." The eleventh concerned a poll commissioned by CanWest Global headed was entitled "CBC: Not Great, Not an Abomination." No longer there but present during the search made in July, the fourteenth item was a nasty bit of business entitled "Why do We Need El Gezira When We Have the CBC."

Tony Atherton, the long-time and well-respected TV columnist for the *Ottawa Citizen* was one of the few CanWest writers who treated the CBC column. I say last because his last column appeared yesterday. He has been replaced by a new CanWest

Comparons ces résultats avec ceux des deux sites Web exploités par CanWest Global. Le site du *National Post* contient dans ses archives des articles des 14 jours précédents. On n'y a relevé que deux mentions de la SRC, soit une moyenne d'une mention par semaine, contre 44 pour le *Globe and Mail*. Et les deux mentions relevées dans le *National Post* présentaient un caractère négatif. L'une d'elles était une lettre attaquant la SRC pour de supposées tendances anti-Israéliennes, un sujet de prédilection de CanWest Global. Dans le deuxième cas, il s'agissait d'un article à caractère économique au sujet d'éventuels changements dans le programme québécois de garderies subventionnées. On y relevait deux attaques gratuites contre la SRC.

CanWest exploite le site Web Canada.com, qui se place au deuxième rang par ordre d'importance. Certains éléments de la base de données peuvent remonter jusqu'à 19 mois. Le 3 septembre, on y trouvait 23 mentions de la SRC.

Deux faits ressortaient. Tout d'abord, l'absence totale de mentions de reportages ou d'entrevues de la SRC. Dans l'univers de CanWest Global, il semble que la SRC ne produit aucun reportage original, ou du moins aucun dont CanWest soit disposé à lui reconnaître la paternité. Deuxième observation: la grande quantité de mentions négatives.

Nous avons refait la même recherche sur Internet plusieurs fois, ces derniers mois, la dernière le 1<sup>er</sup> octobre 2003. Chose fort curieuse, à chacune de ces recherches dans cette base de données, c'est toujours le même article qui apparaît en premier. Il s'agit de la transcription de l'émission *Global Sunday* du 3 mars 2002, intitulé «Should the CBC be Privatized?», ou «Faut-il privatiser la SRC?». Ce n'est peut-être qu'une bizarrerie du moteur de recherche, mais c'est une étrange coïncidence que le même article, paru il y a 19 mois, soit toujours le premier à apparaître lorsqu'on cherche le terme CBC sur le site Web Canada.com.

Le 3 septembre 2003, le troisième article de la liste s'intitulait «Nova Scotia Party is Critical of CBC» ou «Le Nova Scotia Party critique la SRC». Le cinquième article était un commentaire remontant à plus d'un an et intitulé «CBC's Soft Stance on Terrorists», ou «Indulgence de la SRC pour les terroristes». Le dixième article était un autre commentaire, remontant à neuf mois cette fois, qui s'intitulait «CBC: A Bastion of Propagandists and Twits», ou «La SRC, bastion de propagandistes et de crétins». Le onzième article portait sur un sondage commandé par CanWest Global et il portait le titre «CBC: Not Great, Not an Abomination», ou «La SRC n'est ni une merveille ni une abomination». Un article aujourd'hui disparu, mais présent au moment de la recherche de juillet, au 14<sup>e</sup> rang, était cinglant: «Why do We Need El Gezira When We Have the CBC» (Pas besoin d'Al-Jazeera quand il y a la SRC).

Tony Atherton, un chroniqueur de longue date et respecté de la télévision au *Ottawa Citizen* a été l'un des rares journalistes de CanWest qui a parlé de la SRC. Je dis «a été», parce que sa dernière chronique a paru hier. Il a été remplacé par un nouveau



national TV columnist. One must suspect there will be even fewer favourable mentions of the CBC appearing in CanWest newspapers.

I hope you will forgive us for dwelling so long on this point, but it is important to demonstrate that concern about abuses resulting from concentration and cross-ownership are not just theoretical.

We have to ask ourselves is beyond the two areas of coverage that I have mentioned how many less obvious issues are there where newspaper content is shaped by the corporate or personal interests of the proprietor?

There is one known anecdote to this problem that most western democracy have utilized with great success for more than seventy years. Public broadcasting plays an important role as an independent voice and a reference point to keep the system balanced. Only public broadcasting can exist independent of commercial considerations providing a service to the community with a broader range of programming content than would otherwise be available from commercial media, organizations that must of necessity reach the largest possible audience in order to maximize profits.

I want to make clear that this is not an attack on public broadcasters. They play an important role in the media. Most countries have found that the ideal system is a balance between commercial broadcasters that deliver eyeballs to advertisers and public broadcasters that provide service to citizens.

In insightful testimony on your first day of hearings last spring, Mark Starowicz dealt quite eloquently with this question. Christopher Dornan from Carleton University touched on this during his presentation on May 6, 2003 when he spoke of the role of the public sector media as a counterweight to the market driven considerations of the private sector. As Professor Dornan noted, for this to work the CBC must be given the necessary resources.

We noted earlier that public broadcasting could exist independent of commercial considerations unfortunately this is not the case in Canada today. The CBC is far too dependent on its commercial revenue and until the federal government provides increased funding, the CBC's public service mandate will continue to be seriously compromised.

You have already heard testimony from other witnesses about the difficulties faced by the CBC in funding certain types of public service programming. As it does not have the money to pay for the programming, the CBC is forced to rely on exactly the same funding mechanisms that finance Canadian programming for the commercial networks.

These funding mechanisms are unreliable, have incredibly complicated rules, favour certain genres of programming, and they require producers to piece together a funding package that includes licence fees from several different broadcasters.

chroniqueur télé national de CanWest. On soupçonne qu'il y aura encore moins de mentions favorables de la SRC dans les journaux de CanWest.

Vous nous pardonneriez de nous être tant attardés sur ce point, mais il importe de montrer que la crainte d'abus découlant de la concentration de la propriété et de la propriété croisée n'est pas simplement théorique.

Il y a lieu de se demander, en dehors de ces deux cas, combien d'autres dossiers moins évidents sont présentés de manière à servir les intérêts du propriétaire ou de sa société.

Il existe un antidote à ce problème, antidote que la plupart des grandes démocraties occidentales utilisent avec grand succès depuis plus de 70 ans, la radiodiffusion publique, qui joue un rôle important comme voix indépendante et point de référence pour assurer l'équilibre du système. Seule la radiodiffusion publique peut exister indépendamment des considérations commerciales et offrir à la collectivité une gamme d'émissions plus vaste que ne peuvent le faire les médias commerciaux, qui doivent nécessairement trouver l'auditoire le plus nombreux possible afin de maximiser leurs bénéfices.

Qu'il soit bien clair qu'il ne s'agit pas ici d'une attaque contre les radiodiffuseurs privés. Ils ont un rôle important à jouer, et la plupart des pays ont constaté que le système idéal se caractérise par l'équilibre entre les radiodiffuseurs commerciaux qui font connaître les produits des annonceurs et les radiodiffuseurs qui offrent un service aux citoyens.

Lors de son témoignage lucide, le premier jour de vos audiences, le printemps dernier, Mark Starowicz a traité de la question avec éloquence. Christopher Dornan, de l'Université Carleton, a aussi abordé la question dans son exposé du 6 mai 2003. Il a parlé du rôle des médias du secteur public pour faire contrepoids aux considérations du secteur privé. Comme M. Dornan l'a fait remarquer, si on veut que cette solution donne des résultats, il faut que la SRC reçoive les ressources nécessaires.

Nous avons fait remarquer par le passé que la radiodiffusion publique pourrait être affranchie des considérations commerciales. Malheureusement, ce n'est pas le cas au Canada aujourd'hui. La SRC dépend beaucoup trop des revenus de la publicité, et, tant que le gouvernement fédéral ne lui accordera pas un financement accru, le mandat de radiodiffuseur public de la SRC sera gravement compromis.

Vous avez déjà entendu d'autres témoins parler de la difficulté que la SRC éprouve à financer certains types d'émissions de service public. Comme elle n'a pas l'argent pour financer ces émissions, elle n'a d'autre recours que d'utiliser le mécanisme que les réseaux commerciaux emploient pour financer les émissions canadiennes.

Ces mécanismes de financement sont incertains et assujettis à des règles incroyablement complexes, ils favorisent certains types d'émissions et ils exigent des producteurs qu'ils allient un ensemble de mesures comportant des droits de diffusion de plusieurs radiodiffuseurs différents.



As a result, some public service programming is not made, and the CBC is forced to cobble together a schedule consisting not of the programs it would like to broadcast necessarily but whatever programming it can manage to get funded.

For Canadian media there are additional challenges not faced by media in other western democracies. These are the challenges that come from sleeping next to the elephant. As the Honourable Pierre Pettigrew rephrased it recently: "dancing with the elephant."

As Canadians struggle to maintain a distinct cultural and political identity in an increasingly global environment, there is a vital role for our media to play in terms of both encouraging the national debate to define our values and in reflecting those values to Canadians.

Our commercial media often find it difficult to avoid the easy temptation of great profits that flows from wrapping imported American content around Canadian advertising. Our public broadcasters, on the other hand, put a priority on Canadian content.

There has been a great deal of concern expressed over the scarcity of Canadian drama. You looked at this issue a few weeks ago with Charles Dalfen of the CRTC.

Our Public Airwaves believes that the preservation of this country's independent cultural identity depends, to a large extent, on our ability to offer Canadians the opportunity to see our country and our culture reflected back to us on that flickering screen in the family room.

For years, the government and the CRTC have tinkered with various regulations and subsidies to try to find the right way to stimulate drama production, and every year the situation, nevertheless, gets a little bit worse. In our view, that is because there is no right incentive.

With the intense competition for viewers from big budget American shows, Canadians just will not watch drama that is not well produced. The reality of the Canadian market is that it is just too small to recover the enormous cost of this type of programming.

Alliance Atlantis, Canada's largest independent and most successful production house, has in recent years cut back drastically on the number of hours of Canadian drama that it produces. There just is not enough money in it. At the same time, Alliance Atlantis is reaping enormous profits from production for CBS of the very popular American drama series *CSI* and its spin-off series *CSI Miami*. These programs are delivered into Canadian homes carrying Canadian advertising by CTV.

Since no one can profit by producing quality Canadian drama, commercial broadcasters just are not interested. They do as little drama as they can get away with, and even that, I underline, is heavily subsidized with public dollars. The CBC, with its limited resources, has almost abandoned series drama and prefers instead

En conséquence, certaines émissions de service public ne peuvent être réalisées et la SRC est obligée d'établir une grille-horaire composée des émissions pour lesquelles elle peut obtenir du financement.

Les médias canadiens doivent relever des défis qui ne se posent pas aux médias des autres démocraties occidentales. Ce sont les défis qui découlent du fait que nous sommes les voisins d'un géant ou, comme l'a dit récemment l'honorable Pierre Pettigrew, que nous «dansons avec l'éléphant».

Au moment où les Canadiens luttent pour conserver une identité culturelle et politique distincte dans un environnement où la mondialisation gagne de plus en plus de terrain, nos médias doivent à la fois encourager le débat national définissant nos valeurs et présenter ces valeurs aux Canadiens.

Nos médias commerciaux ont souvent du mal à résister à la tentation des bénéfices alléchants qu'ils peuvent réaliser en diffusant du contenu américain accompagné de publicité canadienne. Par contre, nos radiodiffuseurs publics accordent la priorité au contenu canadien.

On a exprimé beaucoup d'inquiétudes au sujet de la rareté des dramatiques canadiennes. Il y a quelques semaines, vous avez abordé la question avec Charles Dalfen, du CRTC.

L'organisation Nos ondes publiques croit que la préservation de l'identité culturelle indépendante de notre pays dépend dans une large mesure de notre capacité d'offrir aux Canadiens la possibilité de voir notre pays et notre culture au petit écran.

Depuis des années, le gouvernement et le CRTC remanient divers règlements et programmes de subventions en essayant de trouver la bonne façon de stimuler la production de dramatiques. Malgré tout, la situation se détériore d'année en année. Selon nous, c'est parce que la mesure incitative idéale n'existe pas.

Compte tenu de la vive concurrence que livrent les émissions américaines à gros budget, les Canadiens ne regarderont pas une émission dramatique qui est mal produite. De plus, le marché canadien est trop petit pour assurer le recouvrement des coûts liés à ce genre d'émissions.

Ces dernières années, Alliance Atlantis, qui est la maison de production indépendante la plus importante au Canada, a réduit de façon draconienne le nombre d'heures d'émissions dramatiques canadiennes qu'elle produit parce que ces émissions ne sont pas suffisamment rentables. Parallèlement, elle récolte d'énormes recettes de la production, pour le compte de CBS, de la très populaire série dramatique américaine *CSI* et de la série dérivée *CSI Miami*. Ces émissions sont diffusées dans les foyers canadiens par CTV, qui y intègre de la publicité canadienne.

Comme personne ne peut réaliser des bénéfices en produisant des émissions dramatiques canadiennes de qualité, les radiodiffuseurs commerciaux ne sont pas intéressés par ce genre d'émissions. Ils présentent le moins d'émissions dramatiques possible, même celles qui sont financées dans une large mesure par

to air a few big-ticket items that are easily promotable, such as the two-part Trudeau mini-series that was just repeated just last week.

We believe that the only practical way to increase the quantity and quality of Canadian programming is to pay for it with public dollars by adequately funding our national public broadcaster. There is no question that this will not be cheap, but ultimately we have to ask ourselves what is the value of our country and what are we willing to spend to ensure that we retain this idea of Canada, this cultural identity that defines us?

To properly fulfil its public service mandate, the CBC needs more than just money. It also needs additional resources in the form of broadcasting licences, so that the public broadcasting voice in this country is louder and able to reach more Canadians in more ways.

Should the CBC carry the national news at 11, or should it disappear because there are hockey play-offs? Why should the public broadcaster have to make that choice, and why should Canadians have to make that choice?

If the CBC had several channels, you would have hockey on one channel, the news in its regular place on another, and drama on a third channel.

In recent years, with the addition of multiple tiers of specialty and digital channels, our entire broadcasting system has become badly unbalanced in favour of the private sector. We need to rebalance by adding more public channels. If the CBC is to produce more public service programming, it needs the shelf space to display that programming. To compare Canadian broadcasting to British broadcasting, the BBC now has eight TV channels.

The CBC must also be made stronger and more independent. Its funding must be provided in a way that frees it from the necessity of going cap in hand to the government every year and allows it to do a proper job of long-term planning.

It must also be seen to be truly independent through a change in corporate governance to provide for more open and public process to select the board of directors and its chair. At the same time, the CBC president should be chosen by and accountable to the board rather than the Prime Minister.

We would like to draw your attention to a study conducted for the BBC by McKinsey & Company the respected international consulting firm. That study examined the role of most of the world's major public broadcasters in 20 countries on four continents. McKinsey found that there is a strong link between the health and funding of the public broadcaster and the overall quality of that broadcasting market. A strong public service broadcaster like the BBC, which produces a distinctive programming schedule, sets off what McKinsey calls a virtuous circle with its commercial competitors; because the BBC produces better programs, private broadcasters are forced to do the same.

des fonds publics. Parce que ses ressources sont restreintes, la SRC a presque abandonné les séries dramatiques, préférant diffuser quelques émissions coûteuses dont la promotion est facile à faire, par exemple la série en deux épisodes consacrée à Trudeau, qui vient d'être présentée de nouveau la semaine dernière.

Nous croyons que la seule façon acceptable d'accroître la quantité et la qualité des émissions canadiennes consiste à financer ces émissions en mettant des ressources suffisantes à la disposition de notre radiodiffuseur public national. Ce n'est pas une solution bon marché, mais, en fin de compte, nous devons nous demander quelle valeur nous attachons à notre pays et ce que nous sommes prêts à dépenser pour préserver notre conception du Canada, cette identité culturelle qui nous définit.

Pour s'acquitter correctement de son mandat de radiodiffuseur public, la SRC n'a pas besoin seulement d'argent. Il lui faut également de nouvelles licences de radiodiffusion qui lui donneront une voix plus forte et lui permettront d'atteindre un plus grand nombre de Canadiens par divers moyens.

La SRC devrait-elle diffuser les informations nationales à 11 heures ou l'émission devrait-elle disparaître à cause des éliminatoires au hockey? Pourquoi le radiodiffuseur national ou les Canadiens devraient-ils être tenus de faire ce choix?

Si la SRC avait plusieurs chaînes, elle pourrait diffuser le hockey sur l'une d'elles, les informations à l'heure ordinaire sur une autre et une émission dramatique sur une troisième.

Ces dernières années, compte tenu de l'ajout de nombreuses chaînes spécialisées et numériques, l'ensemble du système de radiodiffusion est devenu très déséquilibré en faveur du secteur privé. Nous devons retrouver l'équilibre en ajoutant des services publics. Si la SRC produit plus d'émissions de service public, il lui faut les moyens de présenter ces émissions. En Grande-Bretagne, par exemple, la BBC exploite désormais huit chaînes de télévision.

La SRC doit également devenir plus forte et indépendante. Elle doit être financée de manière à lui éviter d'aller quémander au gouvernement chaque année et à lui permettre d'avoir une planification à long terme.

Elle doit également être perçue comme vraiment indépendante grâce à une modification de sa gestion de façon à mettre en place un processus public et ouvert pour choisir son conseil d'administration et son président. Le président de la SRC devrait être choisi par le conseil d'administration et rendre des comptes au conseil plutôt qu'au premier ministre.

Nous voudrions attirer votre attention sur une étude réalisée il y a quelques années pour la BBC par McKinsey & Company. Elle portait sur le rôle de la plupart des grands radiodiffuseurs publics dans 20 pays répartis sur quatre continents. Selon McKinsey, l'analyse fait clairement ressortir un lien solide entre la santé et le financement du radiodiffuseur public et la qualité générale du marché de la radiodiffusion. Un radiodiffuseur public solide comme la BBC, qui produit des émissions ayant un caractère bien distinct, crée ce que McKinsey appelle un cercle vertueux avec ses concurrents du secteur privé. Parce que la BBC produit de meilleures émissions, les radiodiffuseurs privés sont forcés de faire



Our Public Airwaves believes that a strong, independent, well-financed, national public broadcaster is essential to ensuring that Canadians are provided with media of quality and integrity.

**The Chairman:** Thank you. Just before we go to questions, I wonder if you have a copy of that McKinsey & Company study that you would be able to give us?

**Mr. Lewis:** I have a spare one, and I would be happy to give it to you.

**The Chairman:** Thank you also for your comments on Internet data banks. In the case of CanWest, in particular, I will be interested to hear what will undoubtedly be their other side of the story when they appear before us. We all know that Internet data banks can have various quirks, as you yourself suggested.

**Senator Graham:** We have seen some of you here before, either as witnesses or in the audience at our committee hearings.

Ms. Petzold, Mr. Lewis said you were involved in documentary work at the Library of Parliament. Could you explain that?

**Ms. Sheila Petzold, Chair of the Coordinating Committee, Our Public Airwaves:** I am documenting the process of rehabilitation and conservation and upgrade of the project.

**Senator Graham:** Mr. Lewis, what are the major difference between your organization and the Friends of Canadian Broadcasting? Why is there a need for two similar organizations?

**Mr. Lewis:** The primary difference is that we are advocates for public broadcasting and they are not. I do not say that in a negative way about Friends of Canadian Broadcasting. Their self-defined mandate is advocacy for Canadian content in the audio-visual system. Public broadcasting is a provider, but you can have Canadian content without having a public broadcaster.

We believe in the essential nature of a public broadcaster in the system and feel that, in terms of Canadian content, the private broadcasters will never be the solution to the problem because they are profit-driven. I think Friends of Canadian Broadcasting does an admirable job of playing watchdog to the private broadcasters. They do a lot of representation to the CRTC and so on, trying to keep the private broadcast community honest, and God bless them for doing that.

Our focus is on advocacy for public broadcasting. We feel that one of the reasons the CBC has suffered so grievously in recent years is that there has been no one out there building a constituency for the idea of public broadcasting. That is our mandate.

**Senator Graham:** How do you exist? Are there annual membership subscriptions, or where do you get most of your money to carry on your responsibilities?

la même chose. Notre organisation, Nos ondes publiques, croit qu'un radiodiffuseur national solide, indépendant et correctement financé est essentiel pour que les Canadiens aient accès à des médias de qualité et intègres.

**La présidente:** Merci. Avant que nous ne passions aux questions, je me demande si vous n'auriez pas un exemplaire de cette étude de McKinsey & Company que vous pourriez nous donner?

**M. Lewis:** J'en ai un en réserve, et je vais vous le donner avec plaisir.

**La présidente:** Merci également de ce que vous avez dit des banques de données sur Internet. Dans le cas de CanWest, en particulier, je trouverai intéressant de connaître sa version des faits, lorsque ses représentants comparaitront. Nous savons tous que les banques de données d'Internet peuvent présenter des bizarreries, comme vous l'avez dit.

**Le sénateur Graham:** Nous avons déjà rencontré certains d'entre vous ici, soit comme témoins, soit dans l'auditoire, aux audiences de notre comité.

Madame Petzold, M. Lewis a dit que vous faisiez un compte rendu documentaire des travaux à la Bibliothèque du Parlement. Pourriez-vous préciser?

**Mme Sheila Petzold, présidente du Comité de coordination, Nos ondes publiques:** Je documente les travaux de restauration, de conservation et de modernisation.

**Le sénateur Graham:** Monsieur Lewis, quelle est la principale différence entre votre organisation et Friends of Canadian Broadcasting? Pourquoi a-t-on besoin de deux organisations semblables?

**M. Lewis:** La différence principale est que nous sommes des défenseurs de la radiodiffusion publique alors que les Friends of Canadian Broadcasting ne le sont pas. Je ne le dis pas pour les dénigrer. Le mandat qu'ils se sont donné est de promouvoir le contenu canadien dans le système audiovisuel. Le radiodiffuseur public est un fournisseur, mais on peut avoir un contenu canadien sans avoir de radiodiffuseur public.

Selon nous, il est essentiel d'avoir un radiodiffuseur public dans le système, et nous estimons que, pour ce qui est du contenu canadien, les radiodiffuseurs privés ne seront jamais une solution, parce que le profit est leur objectif. Je crois que l'organisation Friends of Canadian Broadcasting fait un travail admirable en surveillant les radiodiffuseurs privés. Elle intervient beaucoup auprès du CRTC, etc., elle exige l'honnêteté dans le secteur de la radiodiffusion privée, et heureusement qu'elle le fait.

Quant à nous, nous nous intéressons à la promotion de la radiodiffusion publique. Nous estimons qu'une des raisons pour lesquelles la SRC a tellement souffert ces dernières années, c'est que personne n'était là pour bâtir une clientèle acquise à l'idée de la radiodiffusion publique. C'est notre mandat.

**Le sénateur Graham:** Quels sont vos moyens de subsistance? Y a-t-il des cotisations annuelles de membres? Où allez-vous chercher la majeure partie de vos fonds pour vous acquitter de vos responsabilités?



**Mr. Lewis:** We are a very new organization. The organization grew out of a public broadcasting conference that was held several years ago at the Chateau Laurier. The Canadian Media Guild, which is one of the CBC unions, and Carleton University sponsored the conference. All of the players in the industry were in attendance and we feel that it was a success.

The feeling at this conference was that there was a need for a public broadcasting advocacy voice. Our organisation began at that conference. Since then, a good deal of time has been spent trying to piece this organization together.

We were only launched as a public organization earlier this year. We are still surviving on seed money provided to us by the Canadian Media Guild. The Canadian Teachers' Federation and a number of other teachers' unions and public service unions have put up funding for us, as well. We do not want to be beholden only to unions, so we are struggling to establish the organization and it is our intention to raise money from the public in the future. We are not quite there but we are getting very close to it.

**Senator Graham:** Do you think that in order for the CBC to be commercial free it should be totally funded by the Canadian taxpayer? The CBC government subsidy is \$1 billion a year. Is it correct that it used to be \$1.2 billion?

If your dreams and expectations were lived up to, what would be the total cost to the taxpayers of this country?

**Mr. Lewis:** Let me try to answer the last question first.

You can do broadcasting for \$1 million, for \$1 billion or \$100 billion. Ultimately, you can "cut the suit to fit the cloth," which is the cliché. The BBC has an annual budget in the neighbourhood of CAN. \$8 billion. In our dreams, we would certainly like to see the CBC funded to that extent. I do not think I will see that in my lifetime.

The BBC broadcasts in one language as opposed to two, and broadcasts in a small country that we could fit into a small corner of northern Ontario, as opposed to the second largest landmass in the world. Distributions cost are an important factor in broadcasting, such as the number of transmitters the CBC has to maintain.

You can pick a figure out of the air. After Mark Starowicz testified here he suggested the figure of a couple of billion dollars; another billion would be a good start. We are both in absolute terms and per capita one of the stingiest countries in the world in terms of the dollars we provide to our public broadcaster. The Netherlands provides more money to its public broadcaster. The BBC has about eight times the budget of the CBC. German public broadcasting is even better financed than the BBC. Most of the European public broadcasters are rolling in money compared to the CBC.

**M. Lewis:** Notre organisation est très jeune. Elle a vu le jour à l'issue d'une conférence sur les services publics de radiodiffusion qui a eu lieu il y a plusieurs années au Château Laurier. La Guilde canadienne des médias, qui est l'un des syndicats de la SRC, et l'Université Carleton ont commandité la conférence. Tous les protagonistes de l'industrie étaient présents, et nous estimons qu'elle fut un succès.

À cette conférence, on a eu l'impression qu'il fallait un organisme chargé de défendre les services publics de radiodiffusion. C'est ainsi que notre organisation a vu le jour. Depuis, nous avons consacré beaucoup de temps à essayer de monter cette organisation.

Nous ne sommes une organisation publique que depuis cette année. Nous survivons toujours grâce aux capitaux de démarrage que nous a fournis la Guilde canadienne des médias. La Fédération canadienne des enseignantes et des enseignants et un certain nombre d'autres syndicats d'enseignants et de la fonction publique nous ont également procuré des ressources. Nous ne voulons pas être à la solde des syndicats. Nous nous efforçons donc d'établir l'organisation, et nous entendons recueillir à l'avenir de l'argent auprès de la population. Nous n'en sommes pas encore là, mais presque.

**Le sénateur Graham:** Pensez-vous que, pour que la SRC puisse se passer de publicité, elle doit être intégralement financée par le contribuable canadien? Le gouvernement accorde à la CBC 1 milliard de dollars par année. Est-il juste que c'était auparavant 1,2 milliard?

Pour réaliser vos rêves et répondre à vos attentes, combien en coûterait-il aux contribuables canadiens?

**M. Lewis:** Permettez-moi de répondre à votre première question d'abord.

On peut faire de la radiodiffusion avec 1 million de dollars, 1 milliard ou 100 milliards. En fin de compte, on fait avec ce qu'on a. La BBC a un budget annuel de l'ordre de 8 milliards de dollars canadiens. Dans nos rêves, nous souhaiterions certainement que la SRC reçoive autant, mais je ne crois pas que cela arrivera de mon vivant.

La BBC diffuse dans une seule langue plutôt que deux, et sur territoire qui tiendrait dans un petit coin du nord de l'Ontario, et non sur un territoire national qui est le deuxième au monde par ordre de grandeur. Le coût de la diffusion est un facteur important, si on pense par exemple au nombre de transmetteurs que la SRC doit entretenir.

Vous pouvez prendre n'importe quel chiffre. Après avoir témoigné ici même, Mark Starowicz a avancé le chiffre de 2 milliards de dollars. Il est vrai qu'un autre milliard serait un bon début. Aussi bien en chiffres absolus que comme contribution par habitant, nous sommes l'un des pays les plus pingres du monde lorsqu'il s'agit de financer le radiodiffuseur public. Les Pays-Bas donnent plus d'argent à leur radiodiffuseur public. La BBC a un budget environ huit fois plus élevé que celui de la CBC. Le radiodiffuseur public d'Allemagne a droit à un budget encore plus généreux que celui de la BBC. La plupart des radiodiffuseurs européens roulent sur l'or, si on les compare à la SRC.

**Senator Graham:** Would you like to see the CBC totally commercial-free?

**Mr. Lewis:** We would like to see, and we say in our platform, the CBC not dependent on commercial revenue. There are certain types of programming, such as hockey, where advertising is benign. There may be people out there, but I do not know of anyone, who would be upset about seeing commercials continuing during the time-outs or when there is an injured player lying on the field during a football game. What is the harm of commercials in that kind of scenario?

**Senator Graham:** That is the big money-winner for the CBC, is it not?

**Mr. Lewis:** I am not sure sports are big money-winners. They pay for themselves, and that is an important consideration for the CBC.

**Senator Graham:** Do they not pay to help other operations within the CBC?

**Mr. Lewis:** That is a question best put to the president of the CBC. I do not have access to its books.

That is certainly what one would suspect. I have heard it said by the CBC people that profits made on hockey and other professional sports help to finance the CBC's coverage of amateur sports.

We would like to see the CBC not dependent on commercial revenue so that it can produce whatever programming it feels would best fulfil its public service mandate and not have to, as it is doing now, run blockbuster American movies in prime time because it needs the commercial revenue. This, and other commercial initiatives by the CBC, distorts the public service mandate.

**Senator Graham:** You referred to the House of Commons Standing Committee on Canadian Heritage and the release of its news report. You said that the "news coverage of the report's release was almost uniformly short and uninformative."

Is that the fault of the newspapers or is it partly the fault of those organizing the release of the report?

You mentioned that Clifford Lincoln, the chair of the committee, had gone to Toronto to drum up publicity and was unsuccessful in doing so.

What kind of coverage did the CBC itself give to the release of that report?

**Mr. Lewis:** In terms of fault, the committee did everything that one might reasonably do to publicize its report. The chair held a news conference; there were copies of the report in news releases; summaries were made available; and there were advance briefings for those who need them.

I was in a lock-up with the report before it was released so that I could read it, along with several of my colleagues. I think the committee did everything that one reasonably does in that circumstance.

**Le sénateur Graham:** Voudriez-vous que la SRC puisse se passer de toute publicité?

**M. Lewis:** Comme nous le disons dans notre programme, nous voudrions que la CBC ne dépendent pas des revenus de publicité. Il y a certains types d'émissions, comme le hockey, où la publicité est une question bénigne. Il y a peut-être des gens, bien que je n'en connaisse pas, qui seraient indignés de voir des publicités pendant les arrêts de jeu ou lorsqu'un joueur blessé est étendu sur le terrain pendant une partie de football. Qu'y a-t-il de mal à avoir de la publicité dans ces circonstances?

**Le sénateur Graham:** C'est ce qui rapporte le plus d'argent, à SRC, n'est-ce pas?

**M. Lewis:** Je ne suis pas sûr que les sports rapportent beaucoup. Ces émissions se financent, et c'est là un facteur important pour la SRC.

**Le sénateur Graham:** Ne rapportent-ils pas assez pour soutenir d'autres activités de la SRC?

**M. Lewis:** Il vaudrait mieux poser la question au président de la SRC. Je ne peux pas consulter sa comptabilité.

Chose certaine, on peut penser que les choses se passent ainsi. J'ai entendu des gens de la SRC dire que les bénéfices réalisés au moyen du hockey et d'autres sports professionnels aidaient à financer la couverture des sports amateurs à la SRC.

Nous voudrions que la SRC ne soit pas dépendante des revenus de la publicité, de façon qu'elle puisse produire les émissions qui sont le plus susceptibles, selon elle, de l'aider à s'acquitter de son mandat de service public, au lieu d'être obligée de diffuser, comme elle le fait maintenant, des superproductions américaines aux heures de grande écoute parce qu'elle a besoin des recettes. Cette façon de faire et d'autres tactiques de la SRC la détournent de son mandat de service public.

**Le sénateur Graham:** Vous avez parlé du Comité permanent du patrimoine canadien et de la publication de son dernier rapport. Vous avez dit: «La couverture médiatique de la publication du rapport a été généralement brève et sans intérêt.»

Est-ce la faute des journaux ou est-ce en partie la faute de ceux qui ont orchestré la publication du rapport?

Vous avez dit que Clifford Lincoln, président de ce comité, s'était rendu à Toronto pour attirer l'attention sur le rapport, mais qu'il n'a pas réussi à le faire.

Quel genre de couverture la SRC elle-même a-t-elle faite de la publication de ce rapport?

**M. Lewis:** Où est la faute? Le comité a fait tout ce qu'on peut raisonnablement faire pour attirer l'attention sur le rapport. Le président a tenu une conférence de presse; des exemplaires du rapport ont été distribués, de même que des résumés. Il y a eu des séances d'information avant la publication pour ceux qui en avaient besoin.

J'ai assisté avec plusieurs collègues à une séance à huis clos avant la publication pour pouvoir en prendre connaissance. Je crois que le comité a fait tout ce qui était raisonnable dans les circonstances.



It would not be wrong to say that I was appalled by what I saw in the newspapers the next day. I would invite your researchers to have a serious look at that situation. Call up the clippings; they were tiny.

There were 90 recommendations. There were entire chapters that did not even get a mention, which is expected, but the coverage was slight.

As to the CBC, that is a touchy issue. We do not have an official organizational position. My feeling is that the CBC tends to not want to be seen to be promoting its own self-interest. Therefore, if everyone is doing a big spread and running stories, the CBC will do it as well, but when no one else is giving it very much coverage then the CBC tends to hunker down in the crowd and play down the coverage. Certainly, the CBC did not give any great prominence to this report. I think they should have, but my sense is they do not want to appear to be self-promoting.

**Senator Graham:** There are those who suggest that the CBC should concentrate on news coverage, sports coverage, and information programs, such as the kinds that our colleague Senator LaPierre used to be involved with 100 years ago, as he likes to say.

What would you think if the CBC's mandate was changed to commercial-free news and news information programs?

**Mr. Lewis:** I would be appalled. As I said earlier, I do not want to beat the issue to death. We will not get Canadian drama if we do not get it from the public broadcaster.

**Senator Graham:** We will also miss out on our Canadian talent.

**Mr. Lewis:** Yes. We are talking about the telling of Canadian stories. We want our children to grow up with a sense of this country. We want Canadians to know their country.

This is a problem that exists in other countries as well, but it is worse here because we import the entire output of the American broadcasting system.

At the Château Laurier conference we had a guest from German broadcasting who pointed out that the Germans had to do a series of programs on the German justice system. They had to produce the programs because Germans watching American programs thought that the American justice system was similar to their own.

I would like to cite a simple example. We often hear Canadians say that someone is going to press charges against someone else. That does not happen in this country. In Canada, the police bring the charges against the person.

In the American system, with which I am not familiar, there seems to be some concept where the individual has a say in whether a charge is "pressed" or not. Canadians have adopted

Il ne serait pas faux de dire que j'ai été estomaqué par ce que j'ai vu dans les journaux le lendemain. J'invite vos agents de recherche à étudier sérieusement la situation. Consultez les coupures de journaux. Elles se réduisent à fort peu de chose.

Le rapport présentait 90 recommandations. Des chapitres entiers n'ont même pas été mentionnés, ce à quoi on peut s'attendre, mais la couverture a été minime.

Quant à la SRC, il s'agit d'une question délicate. Notre organisation n'a pas pris de position officielle. Selon moi, la SRC répugne à paraître promouvoir son intérêt propre. Par conséquent, si tout le monde fait grand cas d'une information et diffuse des reportages, la SRC en fera autant, mais lorsque les autres ne font pas une couverture importante, elle tend à se fondre dans la foule et à réduire la couverture. Chose certaine, la SRC n'a pas beaucoup mis en évidence ce rapport. Selon moi, elle aurait dû le faire, mais elle ne veut pas avoir l'air de servir ses propres intérêts.

**Le sénateur Graham:** Certains soutiennent que la SRC devrait se concentrer sur les actualités, les sports et les émissions d'information comme celles que notre collègue, le sénateur LaPierre, faisait il y a une centaine d'années, comme il aime à le dire.

Que penseriez-vous de modifier le mandat de la SRC pour qu'elle diffuse sans annonces publicitaires les nouvelles et d'autres émissions d'information?

**M. Lewis:** Je serais renversé. Comme je l'ai déjà dit, je ne veux pas insister outre mesure, mais nous n'aurons pas d'émissions dramatiques canadiennes si le radiodiffuseur public ne nous en donne pas.

**Le sénateur Graham:** Nous passerons aussi à côté des talents canadiens.

**M. Lewis:** Effectivement. Il s'agit de traduire la vision canadienne des choses. Nous voulons que nos enfants grandissent avec une certaine identité nationale. Nous voulons que les Canadiens connaissent leur pays.

C'est un problème qui existe dans d'autres pays aussi, mais il est pire chez nous parce que nous importons toute la production du système américain de radiodiffusion.

À la conférence du Château Laurier, nous avions un invité de la radiodiffusion allemande qui a signalé que les Allemands devaient produire une série d'émissions sur le système de justice allemand. Ils ont dû le faire parce que les Allemands qui regardent les émissions américaines pensaient que le système de justice américain était semblable au leur.

Permettez-moi de donner un exemple simple. Nous entendons souvent des Canadiens dire que quelqu'un va porter des accusations contre quelqu'un d'autre. Ce n'est pas ainsi que les choses se passent chez nous. Au Canada, c'est la police qui porte les accusations.

Dans le système américain, que je ne connais pas à fond du reste, il semble que l'individu ait quelque chose à dire lorsqu'il s'agit de porter ou non des accusations. Les Canadiens ont repris



that term and way of thinking. If you were to ask the average Canadian, you would find that they think that is the way our system works because that is what they see on TV every night.

**Ms. Petzold:** It would be remiss not to note that some of the best children's programming in the country has been produced and developed by the CBC. I wonder if the same quality of production would have been developed by commercial enterprises.

**Senator Graham:** That is a very good point.

**Ms. Petzold:** The CBC's "A People's History of Canada" is a huge undertaking that, I dare say, would never have been engaged in with a commercial broadcaster.

**Senator Gustafson:** It seems your presentation comes down to private broadcasting versus public broadcasting. What is the number of people who watch CTV news compared with the CBC news?

**Mr. Lewis:** First, senator, I would like to differ with your premise: I do not agree that the issue comes down to public versus private. We would like to see a system in which both exist. We feel that the public part of the system has been diminished in recent years. It should not be one versus the other. We need both in order to provide adequate service to Canadians. The problem is that we are not adequately funding the public part of programming. Obviously, the private part is funded through commercial revenue.

In terms of numbers, that is a question that should be put to the CBC. You will have the president of the CBC here in about 10 days. I do not have the latest numbers, but I am not sure that the numbers are all that important.

I want to go back to the McKinsey & Company concept of the "virtuous circle." If the public broadcaster is not doing a quality job, then there is less incentive for the private broadcaster to do the job. The CBC has an important influence on the marketplace and forces, I would suggest, CTV, Global and the others to do an adequate job.

**Senator Gustafson:** The problem really comes down to dollars and cents. The international situation is also a challenge. What percentage of people watches CNN? Have you numbers on that?

**Mr. Lewis:** Those numbers go up and down, as they did, for example, during the Gulf War. A lot was made of the fact that CNN drew enormous numbers during the Gulf War. I am neither surprised nor bothered by that. One would expect CNN to have a larger audience for that type of coverage. It was an American war, essentially, and CNN had probably greater resources in the field. I could turn that around and say that, in our view, the CBC did a marvellous job of covering that war.

**Senator Graham:** I agree with you.

cette façon de s'exprimer et de penser. Si vous interrogiez un Canadien moyen, vous constateriez qu'il pense que notre système marche de cette manière, puisque c'est ce qu'il voit à la télévision tous les soirs.

**Mme Petzold:** Il serait impardonnable de ne pas faire remarquer que certaines des meilleures émissions pour enfants au Canada ont été conçues et produites par la SRC. Je me demande si des entreprises commerciales auraient pu atteindre la même qualité de production.

**Le sénateur Graham:** Excellente observation.

**Mme Petzold:** La série «Le Canada, une histoire populaire» de la SRC est une entreprise énorme et j'ose dire qu'aucun diffuseur commercial ne serait lancé là-dedans.

**Le sénateur Gustafson:** Il semble que votre exposé repose sur l'opposition entre la radiodiffusion privée et la radiodiffusion publique. Quel est le nombre de téléspectateurs qui regardent les nouvelles de CTV par opposition à celles de la CBC?

**M. Lewis:** Tout d'abord, sénateur, je ne suis pas d'accord sur votre entrée en matière. Selon moi, la question ne se résume pas à une opposition entre le public et le privé. Nous voudrions que le système se compose des deux. Selon nous, la partie publique du système s'est contractée au cours des dernières années. Il ne s'agit pas d'opposer un secteur à l'autre. Nous avons besoin des deux pour offrir un service acceptable aux Canadiens. Le problème, c'est que nous ne finançons pas suffisamment le radiodiffuseur public. Bien entendu, les radiodiffuseurs privés se financent grâce aux revenus de la publicité.

Pour ce qui est des chiffres, il faudrait adresser la question à la SRC. Le président de la Société comparaitra dans une dizaine de jours. Je n'ai pas les chiffres les plus récents, mais je ne suis pas sûr qu'ils soient si importants.

Je voudrais revenir à la notion de «cercle vertueux» de McKinsey & Company. Si le radiodiffuseur public ne fait pas un travail de qualité, le radiodiffuseur privé est moins porté à le faire. La SRC a une influence importante sur le marché et, selon moi, force CTV, Global et d'autres radiodiffuseurs à faire un travail convenable.

**Le sénateur Gustafson:** Le problème se résume donc à une question de gros sous. Le contexte international est également un défi. Quel pourcentage des gens regardent CNN? Vous avez des chiffres à ce sujet?

**M. Lewis:** Les chiffres montent et descendent, comme ce fut le cas pendant la guerre du Golfe, par exemple. On a largement fait état du fait que CNN a attiré un auditoire énorme pendant cette guerre. Cela ne m'étonne pas et ne me dérange pas. On peut s'attendre à ce que CNN ait un auditoire plus important pour ce type de couverture. Il s'agissait d'une guerre américaine, essentiellement, et CNN est la chaîne qui avait sans doute les ressources les plus importantes sur le terrain. Par ailleurs, nous sommes d'avis que la SRC a fait un travail magnifique dans la couverture de cette guerre.

**Le sénateur Graham:** Je suis d'accord avec vous.

**Mr. Lewis:** In fact, it was far better than the private networks, such as CTV or Global in terms of the resources that the CBC put into the field in both Afghanistan several years ago, and more recently in Iraq. Their coverage was very impressive. The quality and quantity of the coverage was unparalleled in this country.

Today, the CBC's coverage of what is happening today in Iraq is less than satisfactory, and that is a reflection of the limited resources at their disposal. CBC spent a lot of money covering the earlier exercise in Iraq, and they now have to make that cost up. As you are probably aware, the government has just taken money another \$10 million away from them. Thus, budgets are tight. We now have one correspondent in Iraq; he is Don Murray. One person cannot adequately cover all of Iraq. However, that is the situation of a public broadcaster that is starved for funds.

**Senator Gustafson:** It seems to me that the minute government gets involved in financing something people lose the incentive to do things well. I will give you an example. SaskPower hooked up a light right near my door so that we were plugged into a homecoming in the little town of Macoun. SaskPower sent four trucks and two with cranes to do the job. If that were a private enterprise one guy would have been there with a ladder, a truck and a spade, and he would have hooked that light up in no time at all.

They were there for two hours. My wife said, "Look at that." "Here is why our power bill is getting so high."

If I turn on CBC at channel 200, I can go through four transmitting stations and they are all CBC. Why are there so many?

**The Chairman:** That is a question for the CBC. An explanation of the policy for re-transmitter networks should come from the CBC.

**Senator Gustafson:** There is strong advocating by the witness for the CBC and for public broadcasting. Therefore, I ask the question. The witnesses can decide if it is a fair or unfair question.

**The Chairman:** If the witnesses want to take a crack at answering it, they may.

**Mr. Lewis:** First, I am not here as an advocate for SaskPower, so I will not respond to that part.

**Senator LaPierre:** It is a good company.

**Mr. Lewis:** With regard to the transmitter policy, the chair is absolutely correct that this is a good question to put to the CBC, but surely you cannot fault the CBC as a public broadcaster, with trying to reach every citizen of Saskatchewan. The CBC is pretty tight with its money these days. If they have a raft of transmitters, it is to reach different pockets of the community. You could should consider yourself fortunate that you are able to receive so many of them.

**M. Lewis:** En fait, c'était bien meilleur que ce qu'ont fait les réseaux privés, comme CTV et Global, pour ce qui est des ressources que la SRC a affectées sur le terrain en Afghanistan il y a plusieurs années et, plus récemment, en Irak. La couverture a été vraiment impressionnante. En quantité et en qualité, elle a été inégalée au Canada.

À l'heure actuelle, la couverture assurée par la SRC en Irak est loin d'être satisfaisante, et cela tient au fait que ses ressources sont limitées. La SRC a beaucoup dépensé pour couvrir la première partie de l'intervention en Irak, et elle doit maintenant compenser. Comme vous le savez probablement, le gouvernement vient de lui reprendre encore 10 millions de dollars. Les budgets sont donc très serrés. Nous avons maintenant un correspondant en Irak, Don Murray. Une seule personne ne saurait couvrir l'ensemble de ce pays, mais voilà à quoi en est réduit un radiodiffuseur public qu'on affame.

**Le sénateur Gustafson:** Il me semble que, dès que le gouvernement se mêle du financement, certains perdent toute incitation à bien faire les choses. Voici un exemple. SaskPower a installé une lampe tout près de ma porte pour une cérémonie d'accueil dans la petite localité de Macoun. SaskPower a envoyé quatre camions et deux autres avec des grues pour faire le travail. Si une entreprise privée avait été chargée de ce travail, un type serait venu avec une échelle, un camion et une pelle, et il aurait installé cette lampe en moins de temps qu'il ne faut pour le dire.

Ils ont été là deux heures. Ma femme m'a dit: «Regarde ça. Voilà pourquoi nous payons l'électricité si cher.»

Si je veux écouter la CBC à la chaîne 200, j'ai le choix entrer quatre stations de transmission, et c'est toujours la CBC. Pourquoi y en a-t-il autant?

**La présidente:** C'est une question qu'il faudrait poser à la SRC. C'est à elle qu'il revient d'expliquer comment fonctionnent les réseaux de transmetteurs.

**Le sénateur Gustafson:** Le témoin défend avec fermeté la SRC et la radiodiffusion publique. Je pose donc la question. Il appartient aux témoins de dire s'il s'agit d'une question acceptable ou non.

**La présidente:** Si les témoins veulent essayer de répondre, ils peuvent le faire.

**M. Lewis:** Tout d'abord, je ne suis pas ici pour me faire le défenseur de SaskPower. Je ne vais donc pas répondre à cette partie de la question.

**Le sénateur LaPierre:** C'est une bonne société.

**M. Lewis:** En ce qui concerne la politique sur les transmetteurs, la présidence a parfaitement raison de dire que c'est une bonne question à poser à la SRC, mais vous ne pouvez certainement pas reprocher à la SRC, comme radiodiffuseur public, d'essayer de rejoindre tous les habitants de la Saskatchewan. Par les temps qui courent, la SRC est à court d'argent. Si elle a une série de transmetteurs, c'est pour rejoindre différents segments de la collectivité. Vous devriez vous compter chanceux de pouvoir en capter autant.



**Senator Gustafson:** Saskatchewan CBC radio is very good. I only have one complaint. If I want to get the markets in the morning —

**The Chairman:** Stock markets or agriculture markets?

**Senator Gustafson:** The markets on beef, grain, and so on. If I want information on those stock I have to tune into Williston, North Dakota.

We are an agricultural area. The CBC should have the markets on every morning at six o'clock.

**Mr. Lewis:** I will pass on that one, senator. Ask the president of the CBC.

**Senator Gustafson:** I am accused that no matter what subject we discuss I move on to agriculture. I do not apologize for that.

**The Chairman:** Senator Gustafson, we will have an impressive panel of witnesses from the CBC in several weeks, and look forward to your questions at that time.

**Senator Corbin:** I have some sympathy for Senator Gustafson having to get his commodity news from a station across the border. In New Brunswick, we have to get our potato blight index information from a radio station in Caribou, Maine. The CBC does not deal with that sort of thing neither does the local private stations.

In broadcasting, as in any other media that wants to make money, news is money, and it is all about gain and profit. Therefore, there is little objective news available.

I worked for the CBC, and I worked for a number of newspapers. I can sniff the money behind the news that is broadcast and the news that is not broadcast, and that is where the most grievous sin is in terms of quality news availability in this country.

The CBC is important because money is not the factor behind their coverage. In my opinion, it certainly is the jewel of Canadian reporting. Some other media may share in that, but not to the same extent.

I would like to go back to comments you made regarding the *National Post*, and my perceived notion that they have a news monopoly about the Israeli-Palestinian conflict. They treat Canadians as children who do not have the ability to understand, regional, local or international situations. Moreover, I think they mix two matters. There are Canadians of all origins and all faiths who have definite views on the State of Israel policy and others who opposes that policy. However, that does not mean that the people who oppose Israeli policy are anti-Semitic.

The owners of the *National Post* have made a big mistake in taking such an antidemocratic stance.

**Le sénateur Gustafson:** La radio de la CBC en Saskatchewan est excellente. Je ne déplore qu'une chose. Si je veux des données sur le marché le matin...

**La présidente:** Les marchés boursiers ou les marchés de l'agriculture?

**Le sénateur Gustafson:** Les marchés du bœuf, du grain, etc. Si je veux de l'information là-dessus, je dois écouter, Williston, dans le Dakota du Nord.

Nous sommes une région agricole. La SRC devrait avoir les données sur les marchés tous les matins à 6 heures.

**M. Lewis:** Je ne peux répondre, sénateur. Il faudra demander au président de la SRC.

**Le sénateur Gustafson:** On m'accuse de toujours en revenir à l'agriculture, peu importe de quoi nous parlons. Je ne m'en excuse pas.

**La présidente:** Sénateur Gustafson, nous aurons un groupe impressionnant de témoins de la SRC dans plusieurs semaines, et j'espère que vous poserez alors vos questions.

**Le sénateur Corbin:** Je compatis avec le sénateur Gustafson qui doit écouter un poste américain pour avoir des informations sur les marchés agricoles. Au Nouveau-Brunswick, nous devons aller chercher nos informations concernant la brunissure de la pomme de terre sur un poste de radio de Caribou, au Maine. Radio-Canada ne s'occupe pas de ces questions, pas plus que les stations locales privées.

En radiodiffusion, comme dans tous les autres médias qui souhaitent réaliser des bénéfices, l'information représente de l'argent. Tout est donc fonction du gain et du profit. Par conséquent, nous n'avons que peu d'informations objectives.

J'ai travaillé pour Radio-Canada ainsi que pour un certain nombre de journaux. Je peux sentir l'argent que représentent les nouvelles qui sont diffusées et celles qui ne le sont pas. Voilà d'ailleurs où sont commis les plus graves péchés sur le plan de la disponibilité d'informations de qualité au Canada.

La Société Radio-Canada est importante parce que le facteur argent n'influe pas sur la couverture médiatique. À mon avis, Radio-Canada est sans contredit le joyau du journalisme canadien. Certains autres médias sont également excellents, mais pas dans la même mesure.

Je voudrais revenir à vos observations concernant le *National Post*. J'ai l'impression que ce journal détient un monopole des informations concernant le conflit israélo-palestinien. Il traite les Canadiens comme des enfants incapables de comprendre des situations régionales, locales ou internationales. De plus, il mélange deux questions distinctes. Il y a des Canadiens de toutes les origines et de toutes les religions qui ont un certain point de vue sur la politique de l'État d'Israël et d'autres qui s'opposent à cette politique. Cela ne veut pas dire cependant que ces derniers sont antisémites.

Les propriétaires du *National Post* ont fait une erreur grossière en adoptant une position aussi antidémocratique.



**The Chairman:** Senator Corbin, I do not think that these witnesses are competent to talk discuss the editorial policy of the *National Post*. We will be hearing from CanWest Global.

If you want to ask them about public broadcasters, which I gather is their mandate, please do so. Do you really think it is fair to ask them to speak on the *National Post*?

**Senator Corbin:** I am only commenting on comments that they made in their paper.

**Senator Graham:** They invited the comment.

**Senator Corbin:** The first three pages of their paper deal with the *National Post*.

**Mr. Lewis:** I certainly do not mind. We have not yet had a question from the senator.

**Senator Corbin:** I am neither pro nor con on this mid-East debate. I sincerely attempt to take a very objective view of things. I am insulted when a chain of newspapers deprives us of a lively and open democratic debate on the issues.

I do not know how the Government of Canada policy is formulated, but I aim to find out. I have given notice to the Senate that the Standing Senate Committee on Foreign Affairs should study that issue. I want to pursue that subject objectively.

I found it highly offensive that career journalists were put aside by that newspaper chain because of a narrower view of the way democracy operates in Canada. I find that to be highly offensive. Their attack on the CBC is absolutely childish.

I find it to be insulting for the vast majority of Canada to have to live with such a situation. We are out of the Middle Ages. This is a free and open society. We are entitled to see all points of view. In my opinion, we are not well served by that chain of papers.

We will come back to that. I am for the truth.

You talked about improved management. You make the surprising statement that the Prime Minister would be the ultimate and supreme arbiter of the CBC. I think that is not all of the truth. Parliament has frequently called the CBC to its table for hearings and examinations.

Parliament certainly is one of the shakers and movers of the CBC. Parliament has to approve the Estimates and has an overview on policy. It does not start or end with the Prime Minister. I think that is not a proper view of how the system actually works.

I do not agree that the board of directors should elect or choose its chair. If there are public funds involved, surely the government and Parliament have a say in that position. It is healthier to have it that way. Cliques develop quite easily, even within the CBC. We know that. I worked for the CBC.

**La présidente:** Sénateur Corbin, je ne crois pas que ces témoins soient habilités à discuter de la politique éditoriale du *National Post*. Nous aurons des témoins représentant CanWest Global.

Si vous voulez poser aux témoins des questions concernant les radiodiffuseurs publics, ce qui — je suppose — s'inscrit dans leur mandat, veuillez le faire. Ne croyez-vous pas qu'il est un peu injuste de leurs poser des questions au sujet du *National Post*?

**Le sénateur Corbin:** Je ne fais que formuler des observations sur des commentaires qui figurent dans leur mémoire.

**Le sénateur Graham:** Ils ont mérité cette observation.

**Le sénateur Corbin:** Les trois premières pages de leur mémoire traitent du *National Post*.

**M. Lewis:** Je n'y vois absolument aucun inconvénient. Le sénateur ne nous a pas encore posé une question.

**Le sénateur Corbin:** Dans ce débat sur le Moyen-Orient, je ne suis ni pour ni contre. J'essaie sincèrement d'avoir un point de vue objectif sur les choses. Je suis insulté quand un groupe de presse nous empêche d'avoir un débat démocratique animé et ouvert sur l'actualité.

Je ne sais pas comment le gouvernement du Canada élabore sa politique, mais j'essaie de comprendre. J'ai clairement dit au Sénat que le Comité sénatorial permanent des affaires étrangères devrait étudier la question. Je veux que le sujet fasse l'objet d'un débat objectif.

J'ai trouvé vraiment choquant que des journalistes de carrière soient écartés par ce groupe de presse à cause d'un point de vue étroit sur la façon dont la démocratie fonctionne au Canada. Je trouve cela extrêmement choquant. Les attaques contre Radio-Canada sont de vrais enfantillages.

Je trouve très déplaisant que la grande majorité des Canadiens soit obligée d'accepter une telle situation. Nous ne sommes plus au Moyen Âge. Nous vivons dans une société libre et ouverte. Nous avons le droit d'entendre tous les points de vue. À mon avis, nous ne sommes pas bien servis par ce groupe de presse.

Nous y reviendrons. Je suis partisan de la vérité.

Vous avez parlé d'une meilleure gestion. Vous dites — ce que je trouve surprenant — que le premier ministre est l'arbitre ultime et suprême de la SRC. À mon avis, ce n'est pas du tout vrai. Le Parlement a souvent convoqué les responsables de la SRC à des audiences et des examens.

Le Parlement joue certainement un rôle très important à la SRC. C'est lui qui approuve le budget et supervise la politique de la Société. Il est faux de dire que le premier ministre contrôle tout. Je ne crois pas que ce soit une bonne façon de décrire le fonctionnement réel du système.

Je ne suis pas d'accord avec vous quand vous dites que le conseil d'administration devrait élire ou choisir son président. Si des fonds publics sont en cause, le gouvernement et le Parlement devraient avoir leur mot à dire. C'est plus sain ainsi. Les cliques se forment très facilement, même à l'intérieur de la SRC. Nous le savons bien. J'ai déjà travaillé à la Société.

I would rather see the system we have now with accountability at the top, accountability from the Prime Minister, from cabinet, from parliamentarians, than a situation where just a little group would make its own determinations.

The country has been well served by the choices that CBC presidents have made over the years. Some have been stronger; some have not been so strong; some have been quite aggressive in defending the CBC; some were rather mollified. Overall, this is a human exercise, and I think we have done pretty well.

**The Chairman:** Perhaps the witnesses would like to comment.

**Mr. Lewis:** I certainly would.

**Mr. Lewis:** I do not have the French translation in front of me, and I do not want to blame the translators, but I think that you are working under a misunderstanding of what we are advocating, so let me clarify.

First, we are looking for more accountability. I want to separate the question of the board from the president. The board, the chair, and the president are all Order in Council appointments.

In the Paul Martin spirit that is much under discussion these days, we believe that members of Parliament, perhaps through the committee structure, should play a greater role in vetting and approving the appointment of the chair and members of the board. At the moment, this is essentially a discretionary appointment. It is Order in Council, which for practical purposes means the Prime Minister.

We think that a more open process, similar to the British model, is the model we should study. The government, through Order in Council, makes the appointment, but there is a public nomination process as well. A committee of distinguished citizens reviews the appointments and make recommendations, and then the government still gets to appoint who they want, but they do it in a public way so that the public sees who is appointed in the context of the recommendations that come from these prominent citizens, as opposed to, dare I say, the patronage appointments that are all too common today to boards like the CBC. I do not think that anything that we are advocating is at odds with what you are saying, senator.

With regard to the president, there is a situation today, which I feel is dysfunctional. The president of the CBC is appointed by the Prime Minister as an Order in Council appointment and therefore has no real accountability to his or her own board. We suggest that the board and the chair be appointed through a more open process, and as with every private sector corporation the board hires and fires the president. If they think he is not doing a good job, he is gone. The CBC board has no control over its president. They may not like what he is doing, but they do not have the authority to hire and fire him. We feel that a more functional

Je préfère le système que nous avons aujourd'hui avec la responsabilité au sommet, responsabilité envers le premier ministre, envers le Cabinet, envers les parlementaires, plutôt qu'une structure dans laquelle un petit groupe prendrait ses propres décisions.

Le Canada a été bien servi grâce aux choix que les présidents de la SRC ont faits au fil des ans. Quelques-uns ont été très forts, d'autres pas assez. Certains ont défendu Radio-Canada avec passion, d'autres se sont montrés moins belliqueux. Dans l'ensemble, cependant, je crois que nous nous en sommes bien tirés.

**La présidente:** Les témoins ont peut-être des commentaires à formuler.

**M. Lewis:** J'en ai certainement.

**M. Lewis:** Je n'ai pas en main la traduction française. Je ne veux d'ailleurs pas blâmer les traducteurs, mais je crois qu'il y a un malentendu au sujet de ce que nous préconisons. Permettez-moi donc de vous donner quelques éclaircissements.

Tout d'abord, nous recherchons une plus grande responsabilité. Je voudrais séparer la question du conseil d'administration de celle du président. Les membres et le président du conseil d'administration ainsi que le président de la Société sont tous nommés par décret.

Dans l'esprit préconisé par Paul Martin — dont on parle beaucoup ces jours-ci —, nous croyons que les parlementaires devraient, peut-être dans le cadre de la structure des comités, jouer un plus grand rôle dans l'examen et l'approbation de la nomination du président et des membres du conseil d'administration. À l'heure actuelle, il s'agit essentiellement de nominations discrétionnaires faites par décret, c'est-à-dire en pratique par le premier ministre.

Nous sommes partisans d'un processus plus ouvert inspiré du modèle britannique. Le gouvernement procède à la nomination par décret, mais il y a aussi un processus public de nomination. Un comité formé d'éminents citoyens examine les nominations et formule des recommandations. Bien sûr, le gouvernement nomme quand même les personnes qu'il souhaite nommer, mais il le fait d'une manière publique, de sorte que les gens savent qui est nommé et qui a été recommandé par le Comité de citoyens. Par comparaison, nous n'avons que trop souvent aujourd'hui ce que j'ose appeler des nominations partisans au conseil d'administration d'organisations comme la SRC. Je n'ai pas l'impression que nos recommandations aillent à l'encontre de ce que vous dites, sénateur.

En ce qui concerne le président, je trouve la situation actuelle malsaine. Le président de la SRC est nommé par le premier ministre, par décret. Il n'a donc pas de comptes à rendre à son conseil d'administration. Nous souhaitons que le conseil et son président soient nommés dans le cadre d'un processus plus transparent. Dans toute entreprise du secteur privé, le conseil d'administration choisit son président et le démet de ses fonctions s'il en est insatisfait. À la SRC, le conseil d'administration n'exerce aucun contrôle sur son président. Il peut être insatisfait de sa gestion, mais il n'est pas habilité à le licencier. Nous croyons



system exists when the president is accountable to the board. The role of a board in a corporate environment is to control the executives and to set policy and to supervise the execution of that policy by the president and the executive of the corporation. That cannot happen when the board does not have any say in the appointment and cannot fire the president.

**Senator Corbin:** I still disagree with your suggestion. You cannot make a straight comparison between private enterprise and a state-owned institution like the CBC. We are debating here, hoping that another vision will eventually be obtained from this discussion.

You seem to attach the independence to the financing of the CBC. Yes, there is some merit to that statement, but I think that its independence is not something that can be quantified solely in terms money. Independence is reflected in its news programs, in terms of quality, in terms of covering all of the country, and in terms of doing a fairly decent job. The CBC has been at odds with the officer of the Prime Minister, and it has been at odds with Parliament, and yet it has forged ahead in its views of the world and of Canada because it is independent.

I think the CBC is independent. I do not know of another newsgathering organization in Canada that is more independent than the CBC.

**Mr. Lewis:** There are realities, and there are perceptions. I am a former CBC journalist.

**Senator Corbin:** Think of how often the CBC knocks down parliamentarians. If it were not independent, that would not be possible.

**Mr. Lewis:** I agree with you. At a working level, I think that the people at the CBC do an admirable job of maintaining their independence. Certainly on the journalistic side there have been some unfortunate incidents where the government has perhaps had too much influence, but those incidents are primarily in the distant past. People at the journalistic and operational levels do their very best to maintain an independence, and I think they do an excellent job.

There is, however, the issue of perception. I can tell you, having worked as a CBC journalist for many years, that one frequently gets calls in the newsrooms from people who perceive the CBC to be a tool of the government. Even if the CBC is functioning independently, I think it is dangerous for people to think that way. That perception, I believe, is enhanced by the fact that the president is an Order in Council appointee. There would be a greater perception of independence if he or she were not an Order in Council appointee. We are concerned with the issue of perception.

**Senator Corbin:** Do your criticisms and comments about the CBC also apply to Radio-Canada, or are you an English-based group?

que le système serait plus fonctionnel si le président était responsable envers son conseil d'administration. Dans une entreprise, le rôle du conseil consiste à diriger les membres de la direction, à élaborer la politique et à en superviser la mise en œuvre par le président et les cadres. Toutefois, il ne peut pas en être ainsi quand le conseil d'administration ne peut ni choisir ni licencier son président.

**Le sénateur Corbin:** Je ne peux quand même pas accepter votre suggestion. On ne peut pas faire de comparaison directe entre l'entreprise privée et une société d'État telle que la SRC. Nous discutons ici en espérant parvenir à une vision différente de la situation.

Vous semblez établir un lien direct entre l'indépendance et le financement de la SRC. Oui, vous avez raison à un certain point, mais l'indépendance ne peut pas être exclusivement définie en fonction de l'argent. L'indépendance se reflète dans les actualités produites, dans la qualité des émissions, dans une couverture s'étendant à tout le pays et dans un travail qu'on peut juger décent. La SRC a eu maille à partir avec le cabinet du premier ministre ainsi qu'avec le Parlement. Cela ne l'a pas empêchée de faire connaître son point de vue du monde et du Canada, parce qu'elle est indépendante.

Je crois vraiment que la SRC est indépendante. Je ne connais aucun autre média canadien qui soit plus indépendant qu'elle.

**M. Lewis:** Il y a des réalités et des perceptions. Je suis un ancien journaliste de Radio-Canada.

**Le sénateur Corbin:** Pensez au nombre de fois où la SRC s'en est prise aux parlementaires. Si elle n'avait pas été indépendante, cela lui aurait été impossible.

**M. Lewis:** Je suis bien d'accord avec vous. Au niveau professionnel, je crois que les gens de la SRC font un travail remarquable pour maintenir leur indépendance. Du côté journalistique, il y a eu quelques incidents malheureux dans lesquels le gouvernement a peut-être exercé un peu trop d'influence, mais ces incidents remontent pour la plupart à un passé lointain. Du côté journalistique et opérationnel, les membres du personnel font de leur mieux pour maintenir l'indépendance de la Société. Je crois vraiment qu'ils font un excellent travail.

Il y a cependant la question de la perception. Ayant été longtemps journaliste à la CBC, je peux vous dire que, dans la salle des nouvelles, on reçoit souvent des appels de gens pour qui la SRC n'est qu'un organe du gouvernement. Même si la Société fonctionne en toute indépendance, je crois qu'il est dangereux que les gens pensent ainsi. À mon avis, cette impression est renforcée par le fait que le président est nommé par décret. Pour le public, l'indépendance serait plus évidente si le président n'était pas nommé par décret. Nous nous inquiétons donc des perceptions que les gens peuvent avoir.

**Le sénateur Corbin:** Est-ce que vos critiques et vos observations s'appliquent autant au réseau français qu'au réseau anglais de Radio-Canada, ou bien vous occupez-vous surtout du réseau anglais?



**Mr. Lewis:** There is one board and one president. It depends on the area to which to refer.

**Senator Corbin:** Do you represent both the French and the English areas in your comments?

**Mr. Lewis:** They are certainly different situations in terms of drama and so on. As to the issue of governance, it is one issue for one corporation that happens to have operational arms in both languages. I am sure that the perceptions are the same.

**Senator Day:** Mr. Lewis, you made the comment that the CBC should have more channels. In this digital world, it could have many more channels.

Mr. Lewis, please tell me why the CBC does not have more channels. Is it because of money or something that the CRTC has done?

**Mr. Lewis:** I draw your attention to the Heritage Committee report, which deals with this issue. Historically, it has been a problem with the CRTC. The heritage report documents the numerous applications for additional channels that have been turned down by the CRTC. The CBC has applied to the CRTC many times.

Depending on how the additional channels are configured, you may get into issues of additional funding. Certainly, if you want to program those channels adequately, you do have the model of "Newsworld," which is, in effect, financially neutral because it collects a subscription fee from cable subscribers. It was set up specifically and deliberately to be self-financing so that it would not drain funds from the main network. There are many areas where the programming is more expensive and where it would be more difficult to totally fund.

We would like to see both an increase in the number of channels and an increase in the financing to allow the CBC to adequately produce an appropriate supply of programming.

The news issue is an irritation that comes up every spring with the Canadian public, because the CBC essentially abandons the national news. I find myself, dare I confess, watching the CTV news because I cannot find the CBC news unless I am watching that particular hockey game, and when the game finishes and the news comes on. Unless you are watching the game, you do not know when the news will be on. If I tune in at eleven o'clock, I might get the middle of the newscast or I might have missed it.

There is no reason why the CBC should be in that situation. There is no reason why it cannot have a channel that televises the games, and another channel that televises the national news, and a third drama channel for those who do not like or care about hockey the news.

You could have six other choices if the number of channels and the funding were available. Again, I point you to the BBC model, where there is a multiplicity of channels and choices. That has a salutary effect on the entire marketplace in terms of the variety and quality of programming that the BBC produces and the influence that it has on what the private channels produce as well.

**M. Lewis:** Il n'y a qu'un seul conseil d'administration et un seul président. Mais cela dépend du domaine dont on parle.

**Le sénateur Corbin:** Vos observations s'appliquent-elles aux secteurs français et anglais?

**M. Lewis:** Les deux secteurs se distinguent sur le plan des dramatiques, etc. En ce qui concerne la gouvernance, il s'agit d'une seule société qui a un réseau anglais et un autre français. Je suis sûr que les perceptions sont les mêmes.

**Le sénateur Day:** Monsieur Lewis, vous avez dit que la SRC devrait avoir plus de canaux. Dans le monde numérique, elle pourrait en avoir un nombre beaucoup plus élevé.

Monsieur Lewis, pouvez-vous me dire pourquoi la SRC n'a pas plus de canaux? Est-ce une question d'argent ou bien est-ce attribuable au CRTC?

**M. Lewis:** J'attire votre attention sur le rapport du Comité du patrimoine, qui traite de cette question. Traditionnellement, il s'agissait de difficultés avec le CRTC. Le rapport mentionne les nombreuses demandes de canaux supplémentaires présentées par la Société et rejetées par le CRTC. La SRC s'est présentée à maintes reprises devant le CRTC.

Des fonds supplémentaires seraient nécessaires selon la façon dont les canaux supplémentaires seraient conçus. Pour avoir une programmation adéquate, on peut adopter le modèle de Newsworld, qui est financièrement neutre à cause des frais perçus auprès des abonnés du câble. Ce canal a été établi dès le départ pour être financièrement autonome et pour éviter de puiser dans les fonds du réseau. Il y a de nombreux autres domaines dans lesquels la programmation est plus coûteuse et un financement total plus difficile.

Nous aimerions voir augmenter à la fois le nombre de canaux et le financement pour qu'il soit possible à la SRC de produire suffisamment d'émissions de bonne qualité.

La question des actualités est irritante quand elle se pose tous les printemps au public canadien car la SRC semble en tout état de cause abandonner les actualités nationales. Je dois avouer que j'écoute souvent les actualités de CTV parce que je n'arrive pas à trouver les informations sur CBC à moins d'avoir écouté la partie de hockey ce soir-là. À moins d'avoir suivi la partie, on ne sait pas quand commenceront les informations. Si j'écoute la CBC à 23 heures, je peux soit tomber au milieu du bulletin soit le manquer complètement.

Il n'y a aucune raison que Radio-Canada se trouve dans cette situation. Il n'y a aucune raison que la Société ne dispose pas d'un canal pour le sport, d'un autre pour les informations nationales et d'un troisième pour les dramatiques à l'intention de ceux qui ne s'intéressent ni au hockey ni aux informations.

Nous pourrions avoir six autres choix si le nombre de canaux et le financement le permettaient. Encore une fois, je vous signale le modèle de la BBC qui offre une multiplicité de canaux et de choix. Cela a un effet salutaire sur tout le marché, pour ce qui est de la qualité et de la variété des émissions produites par la BBC ainsi que de l'influence qu'elle a sur la production des canaux privés.

**Senator Graham:** On this question of sports, the same news is carried on "Newsworld" at nine o'clock as is carried on the main channel of the CBC at ten o'clock. All you have to do is tune in to "Newsworld" if the hockey is on and watch Peter Mansbridge at 9 o'clock rather than at ten o'clock, if the hockey game happens to be on. It is the same news.

**Senator Day:** I will give you the example of the recent elections. I was trying to watch the New Brunswick election. They decided to run it only for a certain period of time and then something else had to come on. There are problems because of different programs running on the same channel.

Maybe they felt that the rest of Canada would be tired of the New Brunswick election after ten o'clock, when it was still undetermined who would be the winner. I had to use the telephone to find out what was happening. If there were a specialty channel for this kind of thing or another news channel that would carry it, then the problem would be solved.

It may be that your problem and everyone's problems will be solved, as there are many more channels available with the new technology.

**Mr. Lewis:** I agree with you. It is unfortunate when a public broadcaster has to make those kinds of choices. To what extent do they serve the people in New Brunswick and turn off the people in the rest of the country, who do not care about what is happening in that particular election?

**Senator Day:** I find it hard to believe that they could not care.

**Mr. Lewis:** There are people who do not subscribe to cable; they have rabbit ears or an antenna on the roof. The public broadcaster has an obligation to serve those people as well as the people who subscribe to cable. That is a consideration when something is available on "Newsworld." It is available on "Newsworld" on cable, but that does not necessarily get to all Canadians. It gets to affluent Canadians, but it disenfranchises a large number of other Canadians who may not be able to watch that cable channel.

**Senator Day:** Some people think a public broadcaster should only carry news and that the commercial channels should look after other things. The CBC seems to be commercially oriented from a sports channel point of view.

Is there a role for a public broadcaster in sports, somewhere between community broadcasting, which shows the high school soccer or basketball game, and the professional game?

Is there a role in the middle for a public broadcaster that does not look at numbers of viewers but serves a public interest? Who should set the public service mandate? How is that determined? Should politicians be responsible for it or should your suggested board of directors be responsible? If it is not commercial, how do we test that the objectives are being met? If we are not looking at it from a commercial point of view, it is not fair to test the outcomes and the success of the set mandate by looking at viewership.

**Le sénateur Graham:** Au sujet de cette question des sports, Newsworld diffuse à 21 heures les mêmes informations que le canal principal de la CBC à 22 heures. S'il y a du hockey, il suffit de passer à Newsworld et d'écouter Peter Mansbridge à 21 heures plutôt qu'à 22 heures. Ce sont les mêmes informations.

**Le sénateur Day:** Prenons l'exemple des récentes élections. J'essayais de suivre les élections du Nouveau-Brunswick. La CBC a décidé de diffuser les résultats pendant une certaine période, puis de passer à autre chose ensuite. Il y a des difficultés quand il faut diffuser différentes émissions sur le même canal.

La CBC a peut-être pensé que le reste du Canada se fatiguerait des élections du Nouveau-Brunswick après 22 heures, alors que les résultats n'étaient pas encore clairs. J'ai dû utiliser le téléphone pour savoir ce qui se passait. S'il y avait eu un canal spécialisé pour ce genre de choses ou un autre canal d'informations, le problème ne se serait pas posé.

Cela réglerait votre problème ainsi que les problèmes de tout le monde parce que la nouvelle technologie nous donne accès à un très grand nombre de canaux.

**M. Lewis:** Je suis bien d'accord avec vous. Il est malheureux qu'un radiodiffuseur public soit obligé de faire ce genre de choix. Dans quelle mesure sert-il les gens du Nouveau-Brunswick lorsqu'il coupe le reste du pays en supposant que les autres ne s'intéressent pas aux résultats de ces élections particulières?

**Le sénateur Day:** Je trouve difficile de croire que les autres ne s'intéressent pas aux résultats des élections.

**M. Lewis:** Il y a des gens qui ne sont pas abonnés au câble. Ils ont une antenne intérieure ou une grande antenne sur le toit. Le radiodiffuseur public a l'obligation de servir aussi bien ces gens que les abonnés du câble. C'est un facteur dont il faut tenir compte quand on dit que certaines choses passent sur Newsworld. Newsworld n'est accessible que sur le câble et ne touche donc pas la totalité des Canadiens. Ce canal n'est accessible qu'aux Canadiens qui ont les moyens, et pas aux nombreux autres qui ne peuvent pas se payer la câblodistribution.

**Le sénateur Day:** Certains croient qu'un radiodiffuseur public devrait se limiter aux informations et laisser le reste aux radiodiffuseurs privés. La CBC semble avoir une orientation commerciale pour ce qui est des sports.

Un radiodiffuseur public a-t-il un rôle à jouer dans les sports, quelque part entre la radiodiffusion communautaire, qui permet de diffuser des parties de soccer ou de basket-ball des écoles secondaires, et la diffusion des parties professionnelles?

Y a-t-il un rôle intermédiaire pour un radiodiffuseur public qui sert l'intérêt public, sans égard au nombre de téléspectateurs? Qui devrait définir le mandat de service public? Comment le déterminer? Est-ce que les politiciens devraient en être chargés, ou bien faudrait-il laisser cela au conseil d'administration? Si le radiodiffuseur public n'a pas d'objectif commercial, comment savoir si les buts poursuivis sont atteints? Si nous n'examinons pas sa situation d'un point de vue commercial, il est un peu injuste de mesurer les résultats et le succès au nombre des téléspectateurs.



**Mr. Lewis:** First, senator, we do not want to attempt to take on the role of programming the CBC. That is ultimately a decision for the board.

To go back to Senator Corbin's point earlier, the board of the CBC needs to be accountable to Parliament and you as parliamentarians should vigorously exercise the right to have the president of the CBC before you each year. In fact, bring him back every six months, if you like, and call him to account for whether the corporation is fulfilling its public service mandate. At that meeting you will be able to ask him to respond to the point about sports and so on.

With a limited number of channels, the CBC is constantly forced to make choices, so it does the best it can with amateur athletics and in other areas as well. However, going back to the reference about the New Brunswick election, the CBC has to constantly make choices that it would not have to make if it had more channels available for it to use.

We had a situation during the last few weeks whereby some women's soccer games were not carried because the game time changed. It became a question of what would be replaced and at what time of day. The decision was: which programming was more important?

The CBC should not be forced to make those kinds of decisions. Provide the CBC with the resources and with the channels and it will provide a better public service to more constituents, whether they want amateur sports, elections in New Brunswick or local programming from Saskatchewan. The CBC can only do what is possible with the resources provided.

**Senator Day:** Let us assume that the CBC has the necessary resources. How do we ensure that the output is meeting the mandate? Would bringing the president of the CBC before Parliament every six months solve the problem? Would that put parliamentarians in the role of testing the output?

**Mr. Lewis:** I am not in a position to know the kind of feedback that senators receive. Certainly, MPs receive a substantial amount of input from their constituents. I would assume that senators are involved in your communities and that you return regularly to your communities and hear about what people want. That provides you with the valuable input that would allow you to test the output and discuss that with the CBC management. That is the way it should work.

**Senator Day:** There would be many people quite concerned about parliamentarians having that kind of role to play with the management and direction of the CBC. That tends to go against your point on independence.

**Mr. Lewis:** I do not think you should be directing the CBC in its news coverage, but I think it is legitimate for parliamentarians, providing you put up the resources, to ask the president of the CBC to appear before them on the matter of its mandate, coverage and service to the public. That is a legitimate role for you. I do not think that compromises the independence of the CBC. The CBC has to be accountable for what it does. If you

**M. Lewis:** Tout d'abord, sénateur, nous n'essayons pas de contrôler la programmation de la SRC, qui relève en définitive du conseil d'administration.

Pour revenir au point soulevé tout à l'heure par le sénateur Corbin, le conseil d'administration de la SRC devrait rendre des comptes au Parlement. De leur côté, les parlementaires devraient exercer énergiquement leur droit de faire comparaître le président de la SRC chaque année. En fait, vous devriez le faire venir tous les six mois, si vous le souhaitez, pour vérifier si la SRC s'acquitte bien de son mandat de service public. Vous pourrez alors lui poser des questions sur les sports, etc.

Avec un nombre limité de canaux, la SRC est constamment forcée de faire des choix. Elle fait donc de son mieux en sport amateur et dans d'autres domaines. Toutefois, pour en revenir aux élections du Nouveau-Brunswick, la Société doit constamment faire des choix qu'elle ne serait pas obligée de faire si elle disposait de plus de canaux.

Dans les dernières semaines, plusieurs parties de soccer féminin n'ont pas été diffusées à cause d'un changement d'horaire. Les responsables devaient décider de ce qu'il convenait de remplacer aux heures en cause. Ils devaient déterminer ce qui était le plus important.

La SRC ne devrait pas avoir à prendre ce genre de décision. Il faudrait lui donner les ressources et les canaux nécessaires pour qu'elle puisse offrir un meilleur service public à un plus grand auditoire, que le client soit à la recherche de sport amateur, de résultats d'élections au Nouveau-Brunswick ou d'émissions locales de la Saskatchewan. La SRC ne peut faire que son possible avec les ressources dont elle dispose.

**Le sénateur Day:** Supposons que la SRC ait les ressources nécessaires. Comment pouvons-nous veiller à ce que les résultats correspondent au mandat? Est-ce que le fait de convoquer le président de la Société au Parlement tous les six mois suffirait pour régler le problème? Est-ce que cela permettrait aux parlementaires de s'assurer de la conformité des résultats?

**M. Lewis:** Je ne sais pas quel genre de réactions les sénateurs reçoivent. Il n'y a pas de doute que les parlementaires reçoivent beaucoup de renseignements de la population qu'ils représentent. Je suppose que les sénateurs ont des contacts suivis avec leurs collectivités et se tiennent au courant de ce que les gens veulent. C'est sur cette base que vous pouvez juger les résultats de la SRC et en discuter avec la direction de la Société.

**Le sénateur Day:** Beaucoup de gens seraient très inquiets si les parlementaires jouaient auprès de la direction de la SRC le rôle que vous préconisez. Cela tendrait à compromettre l'indépendance de la Société.

**M. Lewis:** Je ne crois pas que vous ayez à influencer la SRC sur sa façon de présenter les informations. J'estime cependant que, s'ils fournissent des ressources adéquates, les parlementaires ont le droit de demander au président de la Société de comparaître devant eux pour parler de son mandat, de sa couverture et de son service au public. C'est un rôle parfaitement légitime qui ne nuit en rien à l'indépendance de la SRC. La Société doit être



want to discuss the minutia of news coverage or whether the CBC should give six hours to one sport and nine hours to another sport, that would be a dangerous area to approach. In general terms, the president of the CBC has to be accountable to the Canadian public and to this committee and to the House.

**Senator Day:** What about the issue of embedded reporters in places such as Afghanistan or Iraq versus non-embedded reporters?

**Mr. Lewis:** As you probably know, the CBC did not have embedded reporters for policy reasons. I do not think there is anything inappropriate with asking the president of the CBC to seek information about why the corporation made that decision.

**Senator Day:** Do you think that parliamentarians could direct CBC management to do so or not to do so?

**Mr. Lewis:** No, because you would then be getting into a difficult area. The CBC is not a state broadcaster but a public broadcaster. The president and the management of the CBC have to program according to what they believe are the service needs of the Canadian public. There is a line to be walked and it may be difficult to define. Generally, there is nothing wrong with your seeking information and with saying that you think there should be more news or more amateur sports on the CBC, providing you are not trying to set the editorial tone or micromanage the corporation.

**Senator LaPierre:** The Canadian Broadcasting Corporation is a Crown corporation that belongs to the Canadian people and was created by an act of Parliament, with all the rights and duties and responsibilities that are accorded to it by the act. It is an arm's-length institution and must remain an arm's-length institution under the law. Consequently, it is important not to cloud the issue on that matter.

It is also important to clearly remember that the naming of the president of the board is essentially an act of patronage. The degeneration of the Canadian system into an American system would be an aberration. It would be a platitude and stupidity of colossal degradation. A tremendous process of consultation takes place with many Canadians before the president of the CBC is appointed. The last time, it took some time to appoint Mr. Rabinovitch. The Prime Minister did not simply get up one morning and decide that it would be Mr. Rabinovitch. No. An entire process determined that appointment. I would not like anyone to denigrate this process.

I was the Chair of Telefilm Canada, a Crown corporation, and I know the power of the board, even though we did not appoint the executive director. The power remains because the power is invested in the act. As the chair, I could have picked up the phone to speak to the Minister of Canadian Heritage at any time, with the consent and advice of the board, to say that the executive director was not capable of fulfilling his duties.

responsable de ce qu'elle fait. Par contre, il serait dangereux de discuter du détail des informations et de la question de savoir si la SRC doit consacrer six heures à un sport et neuf heures à un autre. D'une façon générale, le président de la SRC devrait rendre compte de ce qu'il fait au public canadien, à votre comité et à la Chambre des communes.

**Le sénateur Day:** Que pensez-vous de la question des journalistes intégrés à des endroits comme l'Afghanistan ou l'Irak, par rapport aux journalistes non intégrés?

**M. Lewis:** Comme vous le savez probablement, la SRC n'avait pas de journalistes intégrés pour des raisons de politique. Je ne crois pas qu'on puisse vous reprocher de demander au président pourquoi la Société a pris cette décision.

**Le sénateur Day:** Croyez-vous que les parlementaires peuvent dire à la direction de la SRC de faire ou de ne pas faire telle ou telle chose?

**M. Lewis:** Non, parce que vous seriez alors sur un terrain glissant. La SRC est un radiodiffuseur public, non un radiodiffuseur d'État. Le président et la direction de la SRC doivent concevoir la programmation d'après leur propre perception des besoins de services du public canadien. Il y a une ligne à ne pas franchir, même si elle peut être difficile à définir. D'une façon générale, il n'y a rien de mal, de votre part, à demander des renseignements ou à dire qu'à votre avis, Radio-Canada devrait diffuser plus d'informations ou de sport amateur, à condition de ne pas essayer de dicter le ton que la Société doit adopter ou d'intervenir dans les détails de sa gestion.

**Le sénateur LaPierre:** La Société Radio-Canada est une société d'État qui appartient aux Canadiens et a été créée par une loi du Parlement, avec tous les droits, obligations et responsabilités qui sont définis. C'est un organisme indépendant, qui doit garder son indépendance en vertu de la loi. Il est donc important de rester très clair à ce sujet.

Il est également important de se souvenir que la nomination du président du conseil d'administration reste essentiellement un acte de favoritisme. Il serait aberrant de vouloir rabaisser le système canadien au niveau du système américain. Ce serait de la sottise et de la stupidité. Un vaste processus de consultation est entrepris auprès de nombreux Canadiens avant que le président de la SRC ne soit nommé. La dernière fois, il a fallu du temps pour nommer M. Rabinovitch. Le premier ministre n'a pas simplement décidé un beau matin que ce serait M. Rabinovitch. Non. Tout un processus s'est déroulé avant la nomination. Je ne voudrais pas qu'on dénigre ce processus.

J'ai été président du conseil d'administration d'une autre société d'État, Téléfilm Canada. Je sais quel pouvoir a le conseil d'administration, même si nous ne nommions pas le directeur général. Ce pouvoir est permanent parce qu'il est prévu dans la loi. À titre de président du conseil, je pouvais prendre le téléphone pour appeler à n'importe quel moment la ministre du Patrimoine canadien et lui dire que le conseil d'administration croyait que le directeur général était incapable de s'acquitter de ses fonctions.

Furthermore, the president of the CBC receives a review from the board every year and a bonus in accordance with the assessment of the board. I want to make that information clear to all because I do not want the system to be denigrated. I have no problem with your comments, Mr. Lewis, except on that point.

When I was your age, I thought it would be a good idea to break up the CBC into various channels.

Later, I came to the conclusion that I wanted one institution that spoke to the totality of me as a person. I wanted reunited ....

[Translation]

I wanted all elements of my personality, all elements of Canadian reality to be represented in a single institution.

[English]

Therefore I stopped thinking seriously about breaking it up. I think your suggestion is the easy way out.

Let the CBC do its work as a national institution. The end result will be of much greater force. Is that possible?

**Mr. Lewis:** I do not want to be flippant, but I am sure that you are aware that the CBC speaks to your French soul with two networks.

On the English side, there are about three and half channels now. There is the main CBC channel, Newsworld, and the relatively new Country Canada channel. Unfortunately you have to be a subscriber to cable and it is way up there in the ozone. Most people do not know it even exists. Then there is the Internet, which is an important growing service.

CBC today is not one service to your soul; it is radio and it is television. I do not want to trivialize your point but we have gone past the point where the CBC is the central service that you picture.

**Senator LaPierre:** I have this feeling that TV is the instrument of the past. Television is finished. Now we must turn to the instrument of the future, which is the Internet.

What do you think about that in relation to the duties and responsibilities of a public broadcaster?

In less than a generation, people will all use the Internet and very few people will use cable and all these antiquated, medieval institutions.

**Mr. Lewis:** You may well be right, but there are early adapters. I spend a lot of time on the Internet but there are many Canadians who do not go anywhere near it and many who only visit it briefly.

De plus, le président de la SRC fait chaque année l'objet d'une évaluation du conseil d'administration, évaluation qui détermine le montant de son boni. Je tiens à ce que ces renseignements soient bien compris de tous parce que je ne veux pas qu'on dénigre le système. Je n'ai aucune objection au sujet de ce que vous avez dit, monsieur Lewis, sauf sur ce point.

Quand j'avais votre âge, je pensais qu'il serait bon de fractionner la SRC.

Plus tard, j'en suis arrivé à la conclusion que je préférerais un seul organisme qui me représente entièrement, comme personne. Je voulais...

[Français]

Je veux réunir tous les éléments possibles de ma personnalité, de l'ensemble des réalités canadiennes dans une seule institution.

[Traduction]

J'ai donc cessé de penser sérieusement au fractionnement de Radio-Canada. Je crois que votre suggestion ne représente qu'une solution facile.

Laissez la SRC faire son travail d'institution nationale. Elle n'en sera que plus forte. Est-ce possible?

**M. Lewis:** Je ne voudrais pas donner l'impression que je vous manque de respect, mais vous savez, j'en suis sûr, que la SRC parle à votre âme francophone avec deux réseaux.

Du côté anglais, nous avons actuellement quelque chose comme trois canaux et demi: le canal principal de la CBC, Newsworld et le canal relativement récent de Country Canada. Malheureusement, il faut être abonné au câble, et il faut aller chercher le canal très, très haut sur le sélecteur. La plupart des gens ne savent même pas qu'il existe. Il y a ensuite le service Internet, qui prend de plus en plus d'importance.

Aujourd'hui, la SRC n'est pas un seul service. D'abord, il y a la radio et la télévision. Je ne cherche pas à banaliser votre point de vue, mais nous sommes bien loin du stade que vous décrivez, où la SRC était un service central.

**Le sénateur LaPierre:** J'ai l'impression que la télévision est un instrument du passé. Elle est maintenant désuète. Nous devons aujourd'hui nous tourner vers l'instrument de l'avenir, qui est Internet.

Que pensez-vous de cela dans le contexte des devoirs et responsabilités d'un radiodiffuseur public?

Dans moins d'une génération, les gens utiliseront tous Internet. Il n'en restera que très peu qui vont recourir au câble et à tous ces instruments démodés qui remontent au Moyen Âge.

**M. Lewis:** Vous avez peut-être raison, mais il y a des gens qui s'adaptent plus tôt que d'autres. Je passe beaucoup de temps sur Internet, mais il y a de nombreux Canadiens qui ne le font jamais et une foule d'autres qui n'y font que de brèves visites.

I can point you to about 10 different technologies that when they were introduced, were considered the best. Do you remember eight-track tapes and all the various video formats and CDs and DVDs? Do you remember Teledon, the technology of the future? The government put money into Teledon.

I do not mean to denigrate your point but we cannot know the extent to which the Internet will go, although you may well be right.

**Ms. Petzold:** When television came in the 1950s everyone said radio was dead and that never happened. I really think we have a multiplicity of places to get our information, and I think that this will continue, and they will become complimentary in many ways. As we become a more complex society and democracy, we have to incorporate these complexities into our public life.

**Senator LaPierre:** I will not argue with these things but my business is to ask questions and hope that the witnesses will elucidate, and you have and I thank you.

We spend an enormous amount of public money on the development of Canadian content, and on the Canadian Broadcasting Corporation, et cetera. We must spend to close to \$2.5 billion a year, if not more.

I am told that not more than 10 per cent of Canadians watch our programs. What makes you think that even if we spend an enormous amount of money in order to create Canadian drama that Canadians would watch it?

When we had two channels, we were able to do *This Hour Has Seven Days* and we were able to get away with it. It seems to me that Canadians are not interested in Canadian content. I understand that 10 per cent of Canadian watch Canadian content television. Canadians are watching American channels. They are watching simulcast American shows on Canadian channels with \$250 million going to private enterprise.

**Mr. Lewis:** I think there is a misunderstanding with the figure of 10 per cent. This does not mean that only 10 per cent of Canadians watch Canadian programming. Canadians spend 10 per cent of their viewing time watching Canadian drama and 90 per cent watching American drama. That does mean that only 10 per cent of Canadian watch Canadian drama. When the marketplace is flooded with American drama and there is so little Canadian drama; then obviously you will only get a cumulative audience of 10 per cent for the Canadian drama and 90 per cent for the American drama.

**Senator LaPierre:** Should I not pay attention?

**Mr. Lewis:** Yes, you should, and provide the resources to help bring that figure up. If I could sit down in my living-room in the evening and had the *East Block* or the *Centre Block* instead of the *West Wing* it would not mean we would put the Americans out of

Je peux vous énumérer une dizaine de technologies dont on disait, au moment de leur introduction, qu'elles étaient les meilleures. Vous souvenez-vous des bandes huit pistes et de tous les différents formats de vidéo, de CD et de DVD? Vous souvenez-vous de Télidon, alors considéré comme la technologie de l'avenir? Le gouvernement a investi de l'argent dans Télidon.

Je ne veux pas dénigrer votre point de vue, mais nous ne savons pas jusqu'où ira Internet. Par ailleurs, vous pourriez bien avoir raison.

**Mme Petzold:** À l'arrivée de la télévision dans les années 50, tout le monde dit que la radio était finie, mais cela ne s'est pas produit. Je pense vraiment que nous pouvons aller chercher nos informations à beaucoup d'endroits et que cela continuera ainsi, les différents modes se complétant les uns les autres. À mesure que notre société et notre démocratie deviennent plus complexes, nous devons intégrer cette complexité dans notre vie publique.

**Le sénateur LaPierre:** Je ne contesterai pas cela. Mon rôle consiste à poser des questions en espérant que les témoins donneront des éclaircissements. Vous l'avez fait, et je vous en remercie.

Nous dépensons des sommes énormes prélevées sur l'argent des contribuables pour créer du contenu canadien, faire fonctionner la Société Radio-Canada, etc. Cela nous coûte 2,5 milliards de dollars sinon plus.

On nous dit que pas plus de 10 p. 100 des Canadiens écoutent ces émissions. Qu'est-ce qui vous fait dire cela alors que nous consacrons d'énormes montants à la création de dramatiques à l'intention du public canadien?

Lorsque nous n'avions que deux canaux, nous avons créé *This Hour Has Seven Days* et nous avons réussi à nous en sortir ainsi. J'ai l'impression que les Canadiens ne s'intéressent pas vraiment au contenu canadien. On nous dit que 10 p. 100 seulement d'entre eux regardent les productions canadiennes. Les Canadiens préfèrent les canaux américains. Ils écoutent les émissions américaines diffusées en simultané sur les canaux canadiens et voilà 250 millions de dollars qui vont à l'entreprise privée.

**M. Lewis:** Je crois qu'il y a un malentendu au sujet de ce chiffre de 10 p. 100. Cela ne veut pas dire que 10 p. 100 seulement des Canadiens écoutent des productions canadiennes. En fait, les Canadiens passent 10 p. 100 des heures qu'ils consacrent à la télé à écouter des dramatiques canadiennes et 90 p. 100 à écouter des dramatiques américaines. Cela ne signifie pas que 10 p. 100 seulement des Canadiens regardent des dramatiques canadiennes. Lorsque le marché est inondé de productions américaines et manque d'émissions canadiennes, ces chiffres de 10 et de 90 p. 100 sont pratiquement inévitables.

**Le sénateur LaPierre:** Dois-je m'en inquiéter?

**M. Lewis:** Oui, suffisamment pour trouver des ressources supplémentaires pouvant faire monter ces pourcentages. Si je pouvais m'asseoir dans mon salon le soir pour écouter *L'Édifice de l'Est* ou *L'Édifice du Centre* plutôt que *West Wing*, les



business but our business might grow stronger.

**Senator LaPierre:** There is no story there.

**Mr. Lewis:** If I had the choice to watch *Scandal in the Senate* instead of the *West Wing*, which is a great show, maybe I would watch the Canadian program.

**The Chairman:** My question is in a way a follow on from that, bearing in mind that the particular focus of our study is news and information and public policy. I am interested in the degree to which public policy is affected by the quest for ratings. Clearly, we do not want to spend \$1 billion on a broadcasting system that Canadians neither watch nor listen to. That would not be productive.

One frequently hears critics of the CBC say that it is not worth subsidizing because not enough people watch it. One hears criticisms that the CBC's news programming has been "dumbed-down" a bit in the great ratings chase.

To what extent should legislators and the policy setters demand ratings? Have we got the balance right, or is there more work to be done?

**Mr. Lewis:** I do not think anyone can say that ratings are unimportant. Clearly, spending \$1 billion, or several billion on programming that no one watches is not politically acceptable.

It is instructive to look at the British, German, Danish and Swedish experience. We would see that much larger sums are being spent on domestic programming, and there is a substantial pay back as a result of that spending. You cannot get people to watch programming that is not there.

I probably watch too much television. When I sit down in my living room in the evening I am not offered many compelling Canadian choices. Given the budget it has, the CBC does an outstanding job in providing current affairs and information programming. It could tell Canadian stories much better with more money. It could produce sitcoms, which the average Canadian watches.

Entertainment programming in the broader sense is a very important transmitter of culture. People absorb culture from televisions, and Canadians are absorbing American culture. I fear for the future of my country if Canadians watch only American programming.

I would like to see a CBC where there is a much greater choice of programming. CBC needs to do a number of drama series as well as these one-shot specials. Ratings will increase if the programming and the budget are there. The more you spend on a program, the better quality the more likely it will be watched. The

producteurs américains ne feront sûrement pas faillite, mais les producteurs canadiens s'en porteront peut-être un peu mieux.

**Le sénateur LaPierre:** Nous n'avons rien à raconter ici.

**M. Lewis:** Si j'avais le choix d'écouter *Scandale au Sénat* au lieu de *West Wing*, qui est une excellence émission, j'opterais peut-être pour l'émission canadienne.

**La présidente:** Ma question fait en quelque sorte suite à cela, compte tenu du fait que notre étude est axée sur les actualités, l'information et la politique publique. J'aimerais savoir dans quelle mesure la politique publique est influencée par la course aux cotes d'écoute. De toute évidence, nous ne voulons pas consacrer un milliard de dollars à un système de radiodiffusion que les Canadiens n'écoutent et ne regardent pas. Cela ne serait pas très productif.

On entend souvent les critiques de la SRC dire qu'il ne vaut pas la peine de subventionner la Société parce qu'elle n'a pas un auditoire suffisant. On entend dire aussi que le niveau intellectuel des émissions d'actualités de Radio-Canada a été rabaisé quelque peu pour améliorer les cotes d'écoute.

Dans quelle mesure les législateurs et les décideurs devraient-ils exiger des cotes d'écoute élevées? Avons-nous atteint un certain équilibre ou bien devons-nous faire d'autres efforts de ce côté?

**M. Lewis:** Personne, je crois, ne peut se permettre de dire que les cotes d'écoute n'ont pas d'importance. Bien sûr, il est politiquement inacceptable de consacrer un ou plusieurs milliards de dollars à des émissions que personne n'écoute.

Il est intéressant d'observer l'expérience des Britanniques, des Allemands, des Danois et des Suédois. On constate qu'ils consacrent beaucoup plus d'argent que nous à la programmation intérieure et que cet argent a d'importantes retombées. Vous ne pouvez pas inciter les gens à regarder des émissions qui n'existent pas.

Je passe probablement trop d'heures à écouter la télévision. Quand je m'assois dans mon salon le soir, peu de choix canadiens vraiment intéressants s'imposent à moi. Compte tenu de son budget, la SRC fait un travail exceptionnel sur le plan des actualités et de l'information. La Société aurait de meilleures histoires canadiennes à raconter si elle avait plus d'argent. Elle pourrait produire des comédies de situation que les Canadiens moyens voudraient écouter.

Les émissions de divertissement, dans le sens large, sont un facteur très important de transmission de la culture. Les gens absorbent la culture que leur transmet la télévision. Les Canadiens absorbent ainsi la culture américaine. Je m'inquiète de l'avenir de mon pays quand les Canadiens n'écoutent rien d'autre que des émissions américaines.

J'aimerais que nous ayons une SRC pouvant offrir un choix d'émissions beaucoup plus important. La Société doit produire quelques séries dramatiques ainsi que des émissions spéciales à épisode unique. Les cotes d'écoute s'amélioreront si la programmation et le budget sont là. Plus on consacre de fonds

CBC and the private broadcaster compete with enormous American program budgets.

You must consider the virtuous circle argument from McKinsey. If the CBC is doing a better job of Canadian history programming and whatever else, it encourages the private broadcasters to follow suit. Rising tides raise all ships. This has been the experience in Britain.

McKinsey points to a natural history series that the BBC did. It was enormously expensive. A private broadcaster would never do such a thing. BBC has done some period dramas. The experience in Britain has been that once the BBC showed there was an audience for this type of programming, the private broadcasters started doing natural history and period dramas.

People point to PBS as another example. Most of what is on PBS comes from the BBC or from the private channels in Britain that do these marvellous series. Many of the private shows done in Britain would not be done if not for that virtuous circle.

**Ms. Petzold:** There is a difference between "ratings" and "reach." That is something that has to be counted into the equation.

There are many times when we have to make qualitative rather than quantitative decisions. We believe this is one of those situations.

Maybe not every Canadian watches programs like *This Hour Has 22 Minutes* or the Canadian history series, but most of us know about it and maybe watched part of it. It gets to us in other ways. It becomes part of the cultural sphere that is part of who we are and reflects us back to each other. That is what we want to protect.

**Senator Corbin:** Do they talk about CBC in the study by McKinsey & Company?

**Mr. Lewis:** The CBC is one of 20 broadcasters that they examined.

**Senator Corbin:** Do they have anything special to say about the CBC?

**Mr. Lewis:** McKinsey looks at the various funding models, and they do note that those public broadcasters that are overly dependent on advertising are forced to dilute their public service mandate and have less distinctive programming.

CBC television is looking more and more like their commercial competitors. Therefore, it is losing its ability to influence the marketplace because the private broadcasters are not imitating CBC. It is overly concerned with ratings and generating

à une émission, plus la qualité est grande et plus il est probable qu'elle aura du succès. La SRC et les radiodiffuseurs privés doivent concurrencer une programmation américaine dotée d'énormes budgets.

Vous devez considérer l'argument du cercle vertueux de McKinsey. Si la SRC fait du meilleur travail dans le domaine des émissions historiques canadiennes ou dans un autre domaine, elle donnera l'exemple aux radiodiffuseurs privés. La marée montante soulève tous les bateaux. C'est ce que les Britanniques ont pu constater.

McKinsey parle d'une série d'histoire naturelle réalisée par la BBC à très grands frais. Un radiodiffuseur privé n'aurait jamais pu se permettre de telles dépenses. La BBC a produit quelques dramatiques d'époque. Cette expérience a montré que dès que la BBC a pu prouver qu'il y avait un auditoire pour ce genre d'émissions, les radiodiffuseurs privés ont emboîté le pas dans les domaines de l'histoire naturelle et des dramatiques d'époque.

PBS est un autre modèle à cet égard. La plus grande partie de ce qui passe sur PBS vient de la BBC ou des canaux britanniques privés qui ont produit ces merveilleuses séries. Beaucoup des émissions privées faites au Royaume-Uni n'auraient pas été réalisées en l'absence de ce cercle vertueux.

**Mme Petzold:** Il y a une différence entre les cotes d'écoute et la couverture. C'est une chose qu'il faut prendre en considération.

Il arrive souvent qu'on doive prendre des décisions sur une base qualitative plutôt que quantitative. Nous croyons que c'est un cas où il faut le faire.

Ce ne sont peut-être pas tous les Canadiens qui écoutent des émissions telles que *This Hour Has 22 Minutes* ou la série sur l'histoire du Canada, mais la plupart d'entre nous en ont entendu parler ou ont écouté quelques épisodes. Ces émissions nous influencent d'autres façons. Elles finissent par faire partie de la sphère culturelle qui définit ce que nous sommes et nous permet de nous retrouver un peu dans ce que font les autres. Voilà ce que nous voulons protéger.

**Le sénateur Corbin:** Est-ce que la SRC est mentionnée dans l'étude de McKinsey?

**M. Lewis:** La SRC est l'un des 20 radiodiffuseurs examinés dans l'étude.

**Le sénateur Corbin:** L'étude dit-elle quelque chose de particulier au sujet de la SRC?

**M. Lewis:** McKinsey examine différents modèles de financement. Il note que les radiodiffuseurs publics qui dépendent trop des recettes publicitaires sont obligés de diluer leur mandat de service public et d'avoir des émissions moins caractéristiques.

La télévision de Radio-Canada ressemble de plus en plus à celle des réseaux commerciaux concurrents. La Société perd donc sa capacité d'influencer le marché parce que les radiodiffuseurs publics ne cherchent plus à l'imiter. Elle se soucie trop des cotes

commercial revenue. Therefore, CBC runs American movies and so on. McKinsey does touch on that, yes.

**Senator Graham:** I do not think that we should have the past president of the Canadian Teachers Federation arriving from somewhere to appear before the committee as a witness and not be heard.

Are you here as an individual or do you represent the Canadian Teachers' Federation. Does the Canadian Teachers' Federation financially support OPA?

**Mr. Doug Willard, Past President of the Canadian Teachers' Federation, Our Public Airwaves:** Am I here as an individual or as a representative of the Canadian Teachers' Federation? I have been involved with Our Public Airwaves a representative of the Canadian Teachers' Federation. There was a presentation made to our board of directors from Our Public Airwaves and they asked for financial support, which was given at the national level. Some of our member organizations also gave financial support and support by being a part of their board and their advisory groups. The Canadian Teachers' Federation supports type of organization.

I have been a teacher for 31 years and for 27 of those years I was a full-time classroom teacher and I taught physics, chemistry and math. I had thousands of kids who came through my physics class and they would ask me why they should learn physics? I would say, "Learning the way that scientists look at the world will enrich your life." "You will see the world a little differently after you have taken my class."

I followed the television coverage of the latest Gulf War. I watched CNN and all the other channels including the American ones.

At one point I stopped on "Newsworld." Peter Mansbridge was hosting a phone-in program. Mr. Mansbridge demonstrated such balance, answered all of the questions with class, led the viewer to an independent discussion, and kept me watching for the rest of the evening. I thought that the program was excellent and the best that television had to offer. I thought that if the people of this country ever lose something as valuable as that program it would be a tremendous loss in terms of our ability to identify ourselves as Canadians. It was so powerful to see the stark contrast with the quality that CBC generated compared to the pablum I was watching on CNN and Fox and others. The loss of such sophisticated programming would be a great loss to the cultural structure of our country. We should never let that happen.

I agree with Mr. Lewis's arguments that the more we put on and the better quality we have, the more people will watch and have a better understanding of who we are as Canadians. That is what keeps me coming to meetings like this.

d'écoute et de la production de recettes publicitaires. Par conséquent, elle passe des films américains, etc. McKinsey aborde cette question, oui.

**Le sénateur Graham:** Nous ne devrions pas laisser l'ancien président de la Fédération canadienne des enseignants venir comparaître devant le comité à titre de témoin sans l'écouter.

Êtes-vous ici à titre individuel ou bien représentez-vous la Fédération canadienne des enseignants? Est-ce que la fédération accorde un appui financier à Nos ondes publiques?

**M. Doug Willard, ancien président, Fédération canadienne des enseignants, Nos ondes publiques:** Suis-je ici à titre individuel ou comme représentant de la Fédération canadienne des enseignants? Je suis en relation avec Nos ondes publiques en qualité de représentant de la Fédération canadienne des enseignants. NOP a présenté un exposé à notre conseil d'administration et lui a demandé un soutien financier, ce qui lui a été accordé à l'échelle nationale. Certaines de nos organisations membres ont également accordé un appui financier ou ont aidé NOP en participant aux travaux de son conseil et de ses groupes consultatifs. La Fédération canadienne des enseignants appuie ce genre d'organisation.

J'enseigne depuis 31 ans. Pendant 27 ans de ma carrière, j'ai enseigné à plein temps la physique, la chimie et les mathématiques. Des milliers d'enfants ont assisté à mes cours de physique et m'ont demandé pourquoi ils devraient apprendre cette matière. Je leur disais: «Le fait d'apprendre comment les scientifiques considèrent le monde enrichira votre vie» ou bien «Vous regarderez le monde avec des yeux un peu différents après que vous aurez suivi mon cours.»

J'ai suivi la couverture télévisée de la dernière guerre du Golfe. J'ai regardé CNN et tous les autres canaux, y compris les chaînes américaines.

À un moment donné, je me suis arrêté sur Newsworld. Peter Mansbridge animait une tribune téléphonique. Il a fait preuve d'un tel équilibre. Il a répondu à toutes les questions avec dignité, il a mené une discussion indépendante et m'a suffisamment intéressé pour que je continue à écouter pendant le reste de la soirée. J'ai trouvé l'émission excellente. Elle compte parmi ce que j'ai vu de mieux à la télévision. J'ai pensé que si les Canadiens perdaient des émissions aussi précieuses que celle-là, ils perdraient en même temps une grande part de ce qui fait notre identité propre. J'ai été frappé par la différence de qualité qu'il y avait entre cette émission de la CBC et les images simplistes présentées par CNN, Fox et d'autres. La perte d'émissions de ce niveau intellectuel serait grave pour la structure culturelle de notre pays. Nous ne devrions jamais laisser se perdre un tel talent.

Je suis bien d'accord avec M. Lewis que plus nous mettrons d'argent, plus nous aurons de qualité, plus notre auditoire sera nombreux et mieux nous comprendrons qui nous sommes, comme Canadiens. Voilà pourquoi je tiens à assister à des réunions de ce genre.



**The Chairman:** That was a most eloquent statement and we thank you for making it.

**La présidente:** C'était une déclaration d'une grande éloquence. Nous vous en remercions.

The committee continued in camera.

La séance se poursuit à huis clos.

---



*If undelivered, return COVER ONLY to:*  
Communication Canada – Publishing  
Ottawa, Ontario K1A 0S9

*En cas de non-livraison,  
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:*  
Communication Canada – Édition  
Ottawa (Ontario) K1A 0S9

#### WITNESSES

**Tuesday, October 7, 2003:**

*From Rogers Communications Inc.:*

Philip P. Lind, Vice-Chairman;  
Ken Engelhart, Vice-President, Regulatory Law;  
Alain Strati, Director, Regulatory Affairs.

*From Rogers Media Inc.:*

Anthony P. Viner, President.

*From Rogers Publishing Limited:*

Brian Segal, President and Chief Executive Officer.

**Thursday, October 9, 2003:**

*From Our Public Airwaves:*

Arthur Lewis, Director General;  
Sheila Petzold, Chair of the Coordinating Committee;  
Doug Willard, Past President of the Canadian Teachers' Federation.

#### TÉMOINS

**Le mardi 7 octobre 2003:**

*De Rogers Communications Inc.:*

Philip B. Lind, vice-président;  
Ken Engelhart, vice-président, Réglementation;  
Alain Strati, directeur, Affaires réglementaires;

*De Rogers Media Inc.:*

Anthony P. Viner, président.

*De Rogers Publishing Limited:*

Brian Segal, président-directeur général.

**Le jeudi 9 octobre 2003:**

*De Nos ondes publiques:*

Arthur Lewis, directeur général;  
Sheila Petzold, présidente du Comité de coordination;  
Doug Willard, ancien président de la Fédération canadienne des enseignantes et enseignants.





A1  
C19  
-T83

Document  
Produit



Second Session  
Thirty-seventh Parliament, 2002-03

SENATE OF CANADA

---

*Proceedings of the Standing  
Senate Committee on*

## Transport and Communications

*Chair:*  
The Honourable JOAN FRASER

---

Tuesday, October 21, 2003  
Thursday, October 23, 2003

---

Issue No. 15

**Twentieth and twenty-first meetings on:**  
The current state of Canadian media industries

---

WITNESSES:  
(See back cover)

Deuxième session de la  
trente-septième législature, 2002-2003

SÉNAT DU CANADA

---

*Délibérations du Comité  
sénatorial permanent des*

## Transports et des communications

*Présidente:*  
L'honorable JOAN FRASER

---

Le mardi 21 octobre 2003  
Le jeudi 23 octobre 2003

---

Fascicule n°15

**Vingtième et vingt et unième réunions concernant:**  
L'état actuel des industries de médias canadiennes

---

TÉMOINS  
(Voir à l'endos)



THE STANDING SENATE COMMITTEE ON  
TRANSPORT AND COMMUNICATIONS

The Honourable Joan Fraser, *Chair*

The Honourable Leonard J. Gustafson, *Deputy Chair*  
and

The Honourable Senators:

Adams	Johnson
* Carstairs, P.C.	LaPierre
(or Robichaud, P.C.)	* Lynch-Staunton
Corbin	(or Kinsella)
Day	Merchant
Eyton	Phalen
Graham, P.C.	Spivak

*\*Ex Officio Members*

(Quorum 4)

LE COMITÉ SÉNATORIAL PERMANENT DES  
TRANSPORTS ET DES COMMUNICATIONS

*Présidente:* L'honorable Joan Fraser

*Vice-président:* L'honorable Leonard J. Gustafson  
et

Les honorables sénateurs:

Adams	Johnson
* Carstairs, c.p.	LaPierre
(ou Robichaud, c.p.)	* Lynch-Staunton
Corbin	(ou Kinsella)
Day	Merchant
Eyton	Phalen
Graham, c.p.	Spivak

*\* Membres d'office*

(Quorum 4)



**MINUTES OF PROCEEDINGS**

OTTAWA, Tuesday, October 21, 2003  
(33)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 9:41 a.m., in room 505, Victoria Building, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

*Members of the committee present:* The Honourable Senators Corbin, Eyton, Fraser, Graham, P.C., Gustafson, LaPierre, Merchant, and Spivak (8).

*In attendance:* Terrence Thomas and Joseph Jackson, Research Officers, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament.

*Also in attendance:* The official reporters of the Senate.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Wednesday, March 19, 2003, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (For complete text of Order of Reference, see proceedings of the Committee, Issue No. 6, dated March 20, 2003.)

**WITNESS:**

*As an individual:*

Armande Saint-Jean, Professor, Department of Literature and Communications, University of Sherbrooke.

Professor Saint-Jean made a presentation and answered questions.

At 11:34 a.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

**ATTEST:**

---

OTTAWA, Thursday, October 23, 2003  
(34)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 9:48 a.m., in room 257, East Block, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

*Members of the committee present:* The Honourable Senators Adams, Corbin, Day, Eyton, Fraser, Graham, P.C., Gustafson, LaPierre, Merchant, and Spivak (10).

*Other senators present:* The Honourable Senators Forrestall and Lavigne (2).

*In attendance:* Terrence Thomas and Joseph Jackson, Research Officers, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament.

*Also in attendance:* The official reporters of the Senate.

**PROCÈS-VERBAUX**

OTTAWA, le mardi 21 octobre 2003  
(33)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 9 h 41 dans la pièce 505 de l'édifice Victoria, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

*Membres du comité présents:* Les honorables sénateurs Corbin, Eyton, Fraser, Graham, c.p., Gustafson, LaPierre, Merchant et Spivak (8).

*Sont présents:* Terrence Thomas et Joseph Jackson, attachés de recherche, Direction de la recherche de la Bibliothèque du Parlement.

*Sont également présents:* Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mercredi 19 mars 2003, le comité poursuit l'examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*Le texte intégral de l'ordre de renvoi figure dans le fascicule n° 6 des délibérations du comité du 20 mars 2003.*)

**TÉMOIN:**

*À titre personnel:*

Armande Saint-Jean, professeure, Département de lettres et de communications, Université de Sherbrooke.

Mme Saint-Jean fait une déclaration et répond aux questions.

À 11 h 34, il est convenu que le comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

**ATTESTÉ:**

---

OTTAWA, le jeudi 23 octobre 2003  
(34)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 9 h 48 dans la pièce 257 de l'édifice de l'Est, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

*Membres du comité présents:* Les honorables sénateurs Adams, Corbin, Day, Eyton, Fraser, Graham, c.p., Gustafson, LaPierre, Merchant et Spivak (10).

*Autres sénateurs présents:* Les honorables sénateurs Forrestall et Lavigne (2).

*Sont présents:* Terrence Thomas et Joseph Jackson, attachés de recherche, Direction de la recherche de la Bibliothèque du Parlement.

*Sont également présents:* Les sténographes officiels du Sénat.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Wednesday, March 19, 2003, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (For complete text of Order of Reference, see proceedings of the Committee, Issue No. 6, dated March 20, 2003.)

*WITNESSES:*

*From the Canadian Broadcasting Corporation:*

Carole Taylor, Chair, Board of Directors;  
Robert Rabinovitch, President and Chief Executive Officer;  
Tony Burman, Editor in Chief, CBC News, Current Affairs and Newsworld, CBC Radio, TV and cbc.ca;  
Claude Saint-Laurent, Special Advisor to the President and Chair, Journalistic Standards and Practices;  
  
Alain Saulnier, General Director of Information, French Radio.

Ms. Taylor and Mr. Rabinovitch made a presentation and answered questions.

Messrs. Burman, Saint-Laurent, and Saulnier made a presentation and answered questions.

At 12:38 p.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

*ATTEST:*

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mercredi 19 mars 2003, le comité poursuit l'examen de l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*Le texte intégral de l'ordre de renvoi figure dans le fascicule n° 6 des délibérations du comité du 20 mars 2003.*)

*TÉMOINS:*

*De la Société Radio-Canada:*

Carole Taylor, présidente, Conseil d'administration;  
Robert Rabinovitch, président-directeur général;  
Tony Burman, rédacteur en chef, CBC News, Current Affairs et Newsworld, CBC Radio, TV et cbc.ca;  
Claude Saint-Laurent, conseiller spécial auprès du président-directeur général, et président du Comité des normes et pratiques journalistiques;  
  
Alain Saulnier, directeur général de l'information radio.

Mme Taylor et M. Rabinovitch font une déclaration et répondent aux questions.

MM. Burman, Saint-Laurent et Saulnier font une déclaration et répondent aux questions.

À 12 h 38, il est convenu que le comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

*ATTESTÉ:*

*Le greffier du comité,*

Till Heyde

*Clerk of the Committee*



**EVIDENCE**

OTTAWA, Tuesday, October 21, 2003

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 9:41 a.m. to examine the current state of Canadian media industries; emerging trends and developments in these industries; the media's role, rights, and responsibilities in Canadian society; and current and appropriate future policies relating thereto.

**Senator Joan Fraser** (*Chairman*) in the Chair.

[*English*]

**The Chairman:** Welcome once again, senators and witness, members of the public and viewers across Canada to this meeting of the Standing Senate Committee on Transport and Communications, which is continuing its inquiry into the state of the Canadian news media.

We are looking at the appropriate role of public policy and helping to ensure that the Canadian news media remain healthy, independent and diverse in light of the tremendous changes that have occurred in recent years, notably globalization, technological change, convergence and increased concentration of ownership.

[*Translation*]

We welcome Ms. Armande Saint-Jean, journalist and professor with the Department of Literature and Communications at the Université de Sherbrooke. She is an author and was recently Chair of the Advisory Committee on Information Quality and Diversity in Quebec, which published its report in January of this year.

That report triggered a full debate in Quebec. Ms. Saint-Jean will tell us about it and outline the thinking of the members of that committee.

[*English*]

**Professor Amande Saint-Jean, Department of Literature and Communications, University of Sherbrooke:** Honourable senators, it is a pleasure to be here before you this morning. I appear before you as an academic researcher in the specific area of press and information ethics and also as a former journalist. I was a journalist for over 25 years. That is the basis of the knowledge and experience that guides me through research and intervention now.

It is also because of that experience, as well as my academic status, that I was asked last year to chair the advisory committee set up by the Quebec government that was called —

[*Translation*]

The Advisory Committee on Information Quality and Diversity was established by the previous Quebec government headed by Bernard Landry. It was created in response to concerns

**TÉMOIGNAGES**

OTTAWA, le mardi 21 octobre 2003

Le Comité sénatorial permanent des Transports et des communications se réunit aujourd'hui à 9 h 41 pour examiner l'état actuel des industries de médias canadiennes; les tendances et les développements émergents au sein de ces industries; le rôle, les droits et les obligations des médias dans la société canadienne et des politiques actuelles et futures appropriées par rapport à ces industries.

**Le sénateur Joan Fraser** (*présidente*) occupe le fauteuil.

[*Traduction*]

**La présidente:** Je vous souhaite la bienvenue encore une fois, mesdames et messieurs les sénateurs, les témoins, les membres du public et les téléspectateurs du Canada à cette séance du Comité sénatorial permanent des transports et des communications, qui poursuit son examen de l'état des médias d'information au Canada.

Nous nous interrogeons sur le rôle que doit jouer la politique publique pour que les médias d'information canadiens demeurent sains, indépendants et diversifiés, compte tenu des profonds bouleversements des dernières années, dont la mondialisation, les changements technologiques, la convergence et la concentration accrue de la propriété.

[*Français*]

Nous accueillons Mme Armande Saint-Jean, journaliste et professeur au département de lettres et de communications à l'Université de Sherbrooke. Elle est auteur et a récemment agi à titre de présidente du Comité conseil sur la qualité et la diversité de l'information au Québec, qui a publié son rapport au mois de janvier 2003.

Ce rapport a suscité tout un débat au Québec. Madame Saint-Jean nous en parlera et nous expliquera les grandes lignes de la pensée des membres du comité.

[*Traduction*]

**Mme Armande Saint-Jean, professeure, Département des lettres et communications, Université de Sherbrooke:** Honorables sénateurs, c'est un plaisir pour moi d'être avec vous ce matin. Je comparais à titre de chercheuse universitaire dans le domaine de l'éthique des médias et de l'information, ainsi qu'à titre d'ancienne journaliste. J'ai travaillé comme journaliste pendant plus de 25 ans. C'est d'ailleurs d'où je tire les connaissances et l'expérience qui me guident dans mes recherches et mes interventions dorénavant.

C'est cette expérience, de même que mon statut universitaire, qui m'a mérité le poste de présidente du comité consultatif créé l'an dernier par le gouvernement du Québec sous le nom de...

[*Français*]

Le Comité conseil sur la qualité et la diversité de l'information a été créé par le précédent gouvernement québécois sous la gouverne de M. Bernard Landry. Il a été créé à la suite des

raised by a series of transactions in the Quebec media as well as in the media of Canada and the Western world in general. Those transactions raised concerns over the potential negative effects of increased concentration of media ownership.

The committee that I chaired had a very brief and very broad mandate. We had four or five months to complete two components. The first was research which ultimately produced a progress report on the media in Quebec and the second an analysis of potential consequences. We submitted a two-volume report in February of this year.

The first volume contains a set of 12 recommendations which I will comment on in a moment. The second is a study of the situation regarding the problem of these theoretical bases and the findings that can be made therefrom.

I will begin with those findings. The situation currently observed in the Quebec media is the result of developments over a number of decades. None of the measures previously suggested either by royal commissions or Quebec parliamentary committees has been implemented, as a result of which the present situation could be characterized as the result of a gradual process of slideslipping. I will explain further on what I mean by that.

In Canada, we have very poor defences against the effects of the concentration process. To all intents and purposes, we have the Competition Act and the obligations set by the CRTC for renewing and transferring broadcasting licences. As a result, today in Quebec, the number of players in the information industry is extremely limited, and when I say media, I am only talking about information.

In daily newspapers, for example, there are two giants: Québecor and Gesca, each of which has slightly less than a 50 percent market share. Then you have an independent paper, *Le Devoir*, and two English-language papers, only one of which covers the province as a whole.

The situation is the same with regard to weeklies. Once again, there are two giants, Transcontinental and Québecor, which share ownership of half of all weekly titles and two-thirds of circulation. Weeklies are news media that cover all of Quebec, whereas the dailies are distributed in an extremely narrow corridor from Montreal to Ottawa and from Montreal to Quebec City, with a small jag toward the Saguenay. But the rest of Quebec, such as the Gaspé Peninsula or Abitibi or other regions, is virtually uncovered by the dailies.

There are two sectors in television: the private sector with two players, TVA, which belongs to Québecor, and TQS, which belongs to another player, but this time a Canadian and public player, Radio-Canada, and Télé-Québec.

préoccupations qui avaient été engendrées par une cascade de transactions survenues dans les médias québécois tout comme dans ceux du Canada et du monde occidental en général. Ces transactions avaient soulevé des préoccupations quant aux effets potentiellement négatifs de cette concentration accrue de propriétés de médias.

Le comité, que j'ai présidé, a eu un mandat très court et très vaste. Nous avons eu quatre à cinq mois pour compléter deux aspects. D'une part, une recherche qui a fini par être un état de la situation dans le domaine des médias au Québec et, d'autre part, une analyse des conséquences potentielles. Nous avons remis un rapport de deux tomes en février 2003.

Le premier tome contient un jeu de douze recommandations que je vais vous commenter dans un moment. Le deuxième tome est une étude de la situation de la problématique de ces fondements théoriques et du constat que l'on peut faire.

Je commencerai par le constat. La situation que l'on observe dans les médias d'informations au Québec en ce moment est le résultat d'une évolution de plusieurs décennies. Aucune des mesures qui n'a été suggérée dans le passé soit par des Commissions royales d'enquête ou des Commissions parlementaires québécoises n'a été appliquée de sorte que l'on pourrait qualifier la situation actuelle de résultat d'une dérive graduelle. J'expliquerai plus tard pourquoi je parle de dérive.

Au Canada, nous avons de très faibles remparts contre les effets ou le processus de concentration. Nous avons, à toutes fins pratiques, la Loi sur la concurrence et les obligations posées par le CRTC au moment du renouvellement ou du transfert des licences en radiodiffusion. De sorte, qu'aujourd'hui au Québec, le nombre de joueurs sur l'échiquier de l'information est — quand je parle de médias je ne regarde que la question de l'information — extrêmement limité.

Pour les quotidiens, par exemple, il y a deux géants: Québecor et Gesca qui se partagent à peu près un peu moins de 50 p. cent chacun de toutes les parts du marché. Vous avez ensuite un journal indépendant, le *Devoir*, et deux journaux anglophones, dont un seul peut couvrir l'ensemble du territoire.

Pour les hebdomadaires, la situation est la même. Encore deux géants, Transcontinental et Québecor, qui se partagent la propriété de la moitié des titres et les deux tiers des tirages. Les hebdomadaires sont les médias d'information qui couvrent l'ensemble du territoire québécois alors que les quotidiens sont diffusés dans un couloir extrêmement restreint qui va de Montréal à Ottawa, de Montréal à Québec avec une petite pointe vers le Saguenay. Mais l'ensemble du territoire comme la Gaspésie ou l'Abitibi ou d'autres régions n'est à peu près pas couverte par des quotidiens.

La télévision a deux secteurs: le privé avec deux joueurs, TVA qui appartient à Québecor et TQS qui appartient à un autre joueur mais cette fois sur l'échiquier canadien et le public: Radio-Canada et Télé-Québec.



In radio, we once again have the separation between private and public, this time with Radio-Canada, the only public broadcaster with 14 stations, and three major networks covering all of Quebec, Astral, Radio Nord, Chorus Entertainment.

These people have common news resources, which they draw from the same sources, NTR, a service provided by the Canadian Press Agency and Radiomédia. In all private stations in Quebec, we see the same short newscasts put together by the same journalists at the same network head offices.

The news media concentration affects only the traditional media that we studied, that is to say the general media, dailies, weeklies and radio stations. There are also the Internet gateways, specialty television networks, radio stations and community television stations, independent and alternative periodicals and so on.

Concentration also poses a problem in three more technical sectors: printing, distribution and cable TV. In printing, there are two giants in Quebec, Quebecor World and Transcontinental Printing. Transcontinental Printing now publishes all Quebec dailies except those of Quebecor and Gesca, which still have old presses and are waiting for them to become obsolete so that contracts can be awarded to Transcontinental. It is a matter of time before Transcontinental becomes the printer for all of Gesca's dailies in Quebec, and, by time, I mean months rather than years.

The same is true of distribution: two giant services, Transcontinental Distribution, operating in printing and weeklies, and Messageries Dynamiques, owned by Quebecor which, as we know, also owns two dailies, the *Journal de Montréal* and the *Journal de Québec*, and which is also a partner with Réseau TVA.

In cable TV, we have two main players: Vidéotron, owned by Quebecor, and Cogeco, which is owned by another Canadian player. There is also satellite TV, but it is Bell ExpressVu and Star Choice are the main players.

It should also be noted that the main Quebec players are always the same. I am thinking mainly of Québecor and Transcontinental, which have ties with other printing businesses outside Quebec. For example, Québecor owns the *Sun* newspaper chain, including the *Toronto Sun* and other papers, a total of 10 dailies across Canada. Transcontinental bought a number of weeklies in the Maritimes and Alberta from CanWest Global. As may be seen, the Quebec news media scene is monopolized by a few very large players, which also have branch operations in Canada and outside the country. Québecor World, the printer, has very significant ties in the United States, Mexico and elsewhere in the world.

In view of this observation, what can be done and who is responsible for doing what? The committee that I chaired examined those questions and came up with

. En radio, nous avons encore la séparation privée et publique. Cette fois Radio-Canada, seul avec quatorze stations et trois grands réseaux qui couvrent l'ensemble du Québec: Astral, Radio Nord, Chorus Entertainment.

Ces gens ont en commun des ressources d'informations qu'ils puisent aux mêmes sources, soit NTR, un service fourni par l'Agence canadienne de presse ou Radiomédia. Dans toutes les stations privées du Québec, nous recevons les mêmes courts bulletins d'information fabriqués par les mêmes journalistes dans les mêmes têtes de ces réseaux.

La concentration des médias d'information ne touche pas que les médias traditionnels que nous avons étudiés, c'est-à-dire les médias généralistes, quotidiens, hebdomadaires et radios. Ce sont aussi les portails Internet, les réseaux spécialisés en télévision, les stations de radio et de télévisions communautaires, les périodiques indépendants, alternatifs et cetera.

La concentration pose aussi problème dans trois secteurs plus techniques: celui de l'impression, celui de la distribution et celui de la câblodistribution. Pour l'impression, on retrouve toujours deux géants au Québec, c'est-à-dire Quebecor World et Imprimerie Transcontinental. Imprimerie Transcontinental est maintenant l'entreprise qui publie tous les quotidiens du Québec, sauf ceux de Quebecor et ceux de Gesca qui ont encore de vieilles presses et dont on attend qu'elles tombent en désuétude pour donner le contrat à Transcontinental. C'est une question de temps avant que Transcontinental ne soit l'imprimeur de tous les quotidiens de Gesca au Québec, et quand je dis «temps», je calcule en mois plutôt qu'en années.

Pour la distribution, c'est la même chose, deux messageries géantes, celle de Distribution Transcontinental — qu'on retrouve dans l'impression et les hebdomadaires — et les Messageries Dynamiques, propriété de Quebecor qui, comme on le sait, est aussi propriétaire de deux quotidiens, le *Journal de Montréal* et le *Journal de Québec*, et qui est aussi associé au Réseau TVA.

En câblodistribution, nous avons deux joueurs principaux: Vidéotron — propriété de Quebecor — et Cogeco — qui est propriété d'un autre joueur sur la scène canadienne. Il y a aussi le satellite, mais c'est surtout Bell ExpressVu et Star Choice qui sont les principaux joueurs.

Il faut aussi signaler que ces principaux joueurs sur l'échiquier québécois sont toujours les mêmes. Je pense surtout à Québecor et à Transcontinental qui ont des liens avec d'autres entreprises de presse à l'extérieur du Québec. Par exemple, Québecor est propriétaire de la chaîne des journaux *Sun* — à laquelle appartient le *Toronto Sun* et d'autres journaux — donc de dix quotidiens à l'échelle du Canada. Transcontinental a acheté de CanWest Global plusieurs hebdomadaires dans les Maritimes et en Alberta. On peut observer que la scène québécoise des médias d'information est monopolisée par quelques très grands joueurs qui ont aussi des ramifications sur la scène canadienne et même à l'extérieur. Québecor World, comme imprimerie, a des liens très importants aux États-Unis, au Mexique et ailleurs dans le monde.

Face à ce constat, que doit-on faire et qui est responsable de faire quoi? Le comité que j'ai présidé a réfléchi à ces questions et a abouti à 12 recommandations qui ont été formulées dans le tome



12 recommendations which were set out in Volume 1 of the report and which are summarized on a sheet that has been distributed to you. I can send complete copies of both volumes of the report and appendices at a later date. I apologize for not having done so to date, for lack of time.

What can be done? That is a very big question. Who should do what? We chose to study the problem from four angles: the responsibility of government, the responsibility of the media companies themselves, the responsibility of the journalists who are the major professional players and the responsibility of the public. The recommendations concern those four responsibilities.

The committee felt it was the government's responsibility to assert, solemnly and in concrete terms, the public's right to information as the foundation for the entire information system and to ensure its implementation. To date, the Government of Quebec has recognized the public's right to information, including it in the Quebec Charter of Rights some 20 years ago. As to its implementation, the means for doing so are extremely limited. We therefore proposed a series of measures such as passing information legislation. This would not be an authoritarian or restrictive act, but rather a broad, liberal, comprehensive piece of legislation reasserting the fundamental principle of the public's right to information and introducing a certain number of measures. For example, it would create an information council, a central agency responsible for implementing the various aspects relating to the quality and diversity of information, the adoption of an information charter which would be espoused by the media companies, journalists and the public, jointly and voluntarily, the creation of an information assistance fund, financed not out of public funds, but rather through royalties paid on advertising revenues, somewhat like the arrangement existing in other areas such as television and magazines, an assistance fund designed to promote independent initiatives, that is to say initiatives not associated with the major conglomerate, and also vigilance measures such as the systematic examination of transactions and corporate operating reports.

When I say "corporate operating reports," that leads me immediately to the second responsibility, which this information act and the government would confer on media companies. The first of those obligations is a formal commitment by all media companies to the public service of information, which is the reason they exist. That commitment should take the form of a statement of principle to be published or broadcast and to be filed with the Information Council. You will see that all these measures form a coherent whole.

The businesses should also be required to comply with transparency measures by, for example, disclosing the names of their directors, the transactions that have been conducted over a given period, at one year intervals, respecting the purchase or sale of information media and what percentage of their revenues and profits is associated with information. This effort of vigilance should be made by the business council, through the Information

1 du rapport, et qui sont résumées sur une feuille qui vous a été remise. Je pourrai faire parvenir les copies complètes des deux tomes du rapport et des annexes par la suite. Je m'excuse de ne pas l'avoir fait jusqu'à maintenant, faute de temps.

Que faire? C'est une très large question. Qui doit faire quoi? Nous avons choisi d'étudier le problème sous ces quatre aspects: la responsabilité de l'État, celle des entreprises de presse elle-même, celle des journalistes qui sont les joueurs professionnels majeurs et celle du public. Les recommandations touchent ces quatre responsabilités.

Le comité a estimé qu'il est de la responsabilité de l'État d'affirmer, solennellement et concrètement, le droit du public à l'information comme assise de tout le système d'information et d'assurer sa mise en œuvre. Jusqu'à présent, le gouvernement du Québec a reconnu le droit du public à l'information en l'inscrivant, il y a déjà une vingtaine d'années, dans la Charte québécoise des droits. Quant à sa mise en œuvre, les moyens sont extrêmement limités. Nous avons donc proposé une série de mesures, telle que l'adoption d'une loi sur l'information. Il ne s'agit pas d'une loi autoritaire ni contraignante, mais d'une loi vaste, généreuse, globale, réaffirmant le principe fondamental du droit du public à l'information, et instituant un certain nombre de mesures. Par exemple, elle crée un conseil de l'information, un organisme central chargé de la mise en œuvre des différents aspects rattachés à la qualité et à la diversité de l'information, l'adoption d'une charte de l'information à laquelle adhèreraient les entreprises, les journalistes et le public, conjointement et de manière volontaire, la création d'un fonds d'aide à l'information, alimenté non pas par des fonds publics, mais bien par des redevances sur les revenus publicitaires, un peu comme la formule existe dans d'autres domaines, par exemple, à la télévision ou dans les magazines, un fonds d'aide destiné à susciter des initiatives indépendantes, c'est-à-dire non associées au grand conglomerat, et aussi des mesures de vigilance, par exemple, l'examen systématique de toutes les transactions et des rapports de fonctionnement des entreprises.

Quand je dis «rapports de fonctionnement des entreprises», cela m'amène tout de suite à la deuxième responsabilité, celle que cette loi de l'information et que l'État confieraient aux entreprises de presse. La première de ces obligations est un engagement formel de toutes les entreprises de presse envers le service public qu'est l'information et qui est leur raison d'être. Cet engagement devrait prendre la forme d'une déclaration de principe à être publiée ou diffusée, et à être versée auprès du Conseil de l'information. Vous allez voir que l'ensemble de ces mesures forme un tout cohérent.

Les entreprises devraient aussi être tenues de respecter des mesures de transparence, par exemple, en révélant quels sont leurs administrateurs, quelles transactions ont été faites durant une période donnée, à intervalle d'un an, concernant l'achat ou la vente de médias d'information et aussi quelle proportion de leurs revenus et de leurs profits est consacrée à l'information. Cet effort de vigilance devrait relever du conseil des entreprises, mais passer

Council and be managed by a permanent independent statutory agency such as a parliamentary committee.

The underlying principle — if you will pardon the paradox — is mandatory self-regulation. The committee does not recommend coercive measures as such, except for a few minor items, such as having a contract with information directors protecting the independence of newsroom managers, or the obligation to belong to a press council, pay press council fees and contribute to the council's proper operation. But beyond the measures, the idea is to have a general statute that recognizes the principle of the public's right to information and leads the partners, businesses, journalists, public representatives and representatives of the common good of the state to join forces in an Information council. The council would adopt a charter, monitor changes in concentration, have a registry where reports are filed and contributions to the fund are made, and manage the independent information assistance fund. The Council would have four mandates.

The idea is to equip ourselves with tools that will enable us to avoid having to restart the work you are doing right now, which we did a few months ago and which a number of other groups did before us, having to start from scratch every time: where do we stand, what defences do we have, what are others doing in Canada or in the provinces, in the United States, in Australia, in Europe? What could we do? And here are our recommendations. And we start all over again in five years, 10 years, 15 years or six months.

The other two levels of responsibility contemplated by the committee are lower levels, and I will begin my conclusion immediately after this. They are the journalists, whom the committee asks to develop a code of ethics together with their media companies. If you would like details on our reasons for this recommendation, which may appear somewhat tenuous, I can give them to you in the discussion that follows.

The Achilles' heel of the entire information system is probably the notion the information world has of the public. The public was defined at the outset as a citizen in the traditional liberal sense, as in the Enlightenment liberal sense, of course. However, as a result of the slippage through which information has been entirely given up to market forces, the public is now defined as a consumer. By definition, a consumer is reduced to a being who approves by buying or disapproves by refraining from buying or frequenting. The idea is to restore to the public their status as citizens, to equip them to take a critical view of the information provided to them, even to go so far as to raise their awareness so that they can demand the information deemed essential to a democratic life worthy of that name.

par le conseil de l'information et être géré par un organisme indépendant, statutaire, permanent comme une commission parlementaire.

Le principe sous-jacent — et vous me permettrez l'antinomie ou le paradoxe — est l'autoréglementation obligatoire. Le comité ne recommande pas de mesures coercitives en soi, sauf quelques petites choses, par exemple, d'avoir un contrat avec les directeurs de l'information protégeant l'autonomie et l'indépendance des directeurs de l'information des salles, ou l'obligation d'adhérer au conseil de presse, de cotiser au conseil de presse et de travailler à son bon fonctionnement, mais en dehors des mesures, l'idée est d'avoir une loi générale qui reconnaît le principe du droit du public à l'information et qui amène les partenaires, les entreprises, les journalistes, les représentants du public et les représentants du bien commun de l'État à se regrouper en un Conseil de l'information; le Conseil adopte une charte, a un observatoire des mouvements sur la scène de la concentration, a un greffe où déposer les rapports, les cotisations pour le fonds et gère le fonds d'aide à l'information indépendante; il y a quatre mandats à ce conseil.

L'idée est de se doter d'outils qui nous éviteraient de recommencer l'exercice auquel vous vous livrez en ce moment, auquel nous nous sommes livrés il y a quelques mois et auquel plusieurs autres groupes avant nous se sont livrés, de recommencer à chacune des fois à zéro l'exercice: où en sommes-nous, qu'avons-nous comme rempart, que font les autres au Canada ou dans les provinces, aux États-Unis, en Australie, en Europe? Que pourrions-nous faire? Et voici nos recommandations. Et 5 ans, 10 ans, 15 ans ou 6 mois plus tard, on recommence.

Les deux autres instances de responsabilité entrevues par le comité sont moindres, et j'amorcerai la conclusion tout de suite après. Ce sont les journalistes à qui le comité demande d'élaborer un code de déontologie conjointement avec leur entreprise de presse. Si vous voulez des précisions sur les raisons qui nous ont amenés à cette recommandation, qui peut sembler un peu ténue, je pourrai vous les fournir dans l'échange qui suivra.

Probablement que le talon d'Achille de tout le système de l'information est la conception qu'on se fait dans le monde de l'information, du public. Le public est défini, au départ, comme un citoyen dans notre conception libérale, traditionnelle — libérale avec le «L» du siècle des lumières, bien entendu. Or, à la faveur de cette dérive qui a amené l'information à être entièrement livrée aux forces du marché, le public est désormais défini comme un consommateur. Par définition, le consommateur en est réduit à approuver en achetant ou à désapprouver en s'abstenant d'acheter ou de fréquenter. L'idée est de rendre au public son statut de citoyen, de l'instrumenter pour avoir un regard critique sur l'information qui lui est fournie, même d'aller jusqu'à éveiller sa conscience pour qu'il puisse revendiquer d'obtenir l'information qui est par ailleurs jugée essentielle à une vie démocratique digne de ce nom.

This is obviously an undertaking that calls for media education. In Canada and Quebec, there is as yet very little media education, whereas it is a very complex and developed activity in certain countries. In Argentina it is a permanent fixture of the school curriculum from elementary school to university.

To summarize, the action that the committee is suggesting the Quebec government take lies between the two fundamental notions of freedom and responsibility. That freedom has its constitutional basis in paragraph 2(b) of the Canadian Charter of Rights and Freedoms and itself is the fundamental basis of the entire information system in Canada, and there can be no question of undermining it. Media companies and journalists are the agents, and all partners have a duty to comply with this principle of freedom.

But with freedom comes responsibility, and the system in which we have been operating for 50 years in North America — a legacy of the Hutchins Commission in 1947 — is the system of media social responsibility.

Media businesses enjoy a freedom that no other sector in our society has because they are responsible for providing society with a service essential to democratic life. That social responsibility must be generated internally by media companies, and we believe that they need a bit of a shove in order to discharge that duty which they have not spontaneously discharged for 50 years.

They cannot be blamed for that, since the main purpose of a business is to make profits. To a certain extent, the notion of profitability is relatively inconsistent with public service defined in terms of quality, diversity and accessibility of information.

We must consider a set of measures that leads and compels them to discipline themselves, so that they carry out this public service mandate which is their purpose and which is the basis of the freedom they enjoy and of which they may not be deprived.

That is somewhat the paradox I referred to at the outset, of reinforcing self-regulation mechanisms in order to compel essential self-discipline. I am speaking to you as a committee of the highest authority in Canada. It is the duty of the state to represent the common good and to assure society that symbolic and actual means are taken to respect this freedom which is the basis of our society, but also to respect the responsibility which is the duty of media companies and journalists as major partners.

**The Chair:** Thank you very much. There is a great deal of material in your presentation. We are going to move on to the question period, starting with Senator Graham.

[English]

**Senator Graham:** I must say that your bona fides have preceded you, and I congratulate you on an interesting presentation. You are well respected in your field.

Cela est évidemment une entreprise qui passe par l'éducation aux médias. Au Canada et au Québec on connaît très peu encore l'éducation aux médias, alors que c'est une activité très développée et très riche dans certains pays. En Argentine, elle est inscrite systématiquement dans le curriculum scolaire dès la petite école et ceci jusqu'à l'université.

En résumé, l'intervention que le comité propose à l'État du Québec se situe entre deux pôles fondamentaux: celui de la liberté et celui de la responsabilité. La liberté est assise constitutionnellement avec l'article 2(b) de la Charte canadienne des droits et libertés; elle est l'assise fondamentale de tout le régime de l'information au Canada et il n'est pas question d'y porter atteinte. Les entreprises de presse et les journalistes en sont les mandataires, et tous les partenaires se doivent de continuer à respecter ce principe de liberté.

Mais la liberté est aussi assortie d'une responsabilité et le régime dans lequel nous opérons depuis 50 ans en Amérique du Nord — c'est un héritage de la Commission Hutchins en 1947 — est celui de la responsabilité sociale des médias.

Si les entreprises de presse bénéficient d'une liberté qu'aucun autre secteur d'activité n'a dans notre société, c'est aussi parce que ces entreprises sont responsables de fournir à la société un service essentiel à la vie démocratique. Cette responsabilité sociale des entreprises doit être générée de l'intérieur de la part des entreprises et nous croyons que les entreprises ont besoin d'un petit coup de pouce pour remplir ce devoir qu'elles n'ont pas spontanément rempli depuis 50 ans.

On ne peut pas les blâmer, étant donné que la principale raison d'être d'une entreprise est de faire des profits. Dans une certaine mesure, cette notion de rentabilité est relativement incompatible avec le service public défini en termes de qualité, de diversité et d'accessibilité de l'information.

Il faut envisager un ensemble de moyens qui les amènent et les contraignent à s'autodiscipliner, de façon à remplir ce mandat de service public qui est leur raison d'être et qui est la base de la liberté dont elles profitent et dont personne ne veut les priver.

C'est un peu le paradoxe que j'exprimais au départ, soit de renforcer les mécanismes d'autoréglementation pour forcer une autodiscipline incontournable. Je m'adresse à vous en tant que comité de la plus haute instance du Canada. C'est le devoir de l'État de représenter le bien commun et d'assurer à la société que des moyens symboliques, tout autant que concrets, soient pris dans le but de respecter cette liberté qui est le fondement de notre société, mais aussi de respecter la responsabilité qui est le devoir de partenaire majeur des entreprises de presse et des journalistes.

**La présidente:** Merci beaucoup, il y a beaucoup de matière dans votre présentation. On va passer à la période des questions en débutant avec le sénateur Graham.

[Traduction]

**Le sénateur Graham:** Je dois vous dire que votre bonne réputation vous précède, et je vous félicite de cet exposé très intéressant. Vous êtes très respectée dans votre domaine.



My first question is, in assembling your report, did you stray outside the province of Quebec and examine the situation in the rest of Canada?

**Ms. Saint-Jean:** The answer is no. We had no time to look into the Canadian or the American scene. We only had time to gather a little information that is contained in volume 2 of the report concerning foreign legislation. We looked at the legal barriers in the United States, Australia, France, Sweden, Great Britain and a few other countries, but we did not have time to look into the problem in Canada or the United States.

**Senator Graham:** As a journalist, and certainly a professor of communications in Quebec, and in your examination of what was happening in Australia or wherever, did you determine any major differences between journalism, for the lack of a better word, in French Canada as opposed to English Canada?

**Ms. Saint-Jean:** In the way journalism is practiced?

**Senator Graham:** Yes.

**Ms. Saint-Jean:** No, not really. We did not note any major differences. There is this general trend all around the world, and in all parts of Canada, toward a greater integration of what used to be very specific genre. Opinion is now blended into news, facts and information. There is a trend toward entertainment through information and news.

News has to be entertaining and attractive. It has to catch the eye or the ear of the public.

I would not say that there are major differences. I know this is a very sensitive topic that has been raised over the years through all sorts of studies. I am of the opinion that there are no fundamental, major differences between the two types of journalism in English and French Canada.

**Senator Graham:** Your report seemed to call for a greater role for the government in the media. You talked about freedom of speech. You also said in your presentation that this entails a huge responsibility.

Some witnesses before our committee have suggested that an approach that includes a greater role for the government in the media might weaken the function of the media as a watchdog with respect to government. A greater role might have a negative impact, or at least have the appearance of having a negative impact, with respect to freedom of the press.

Have you an opinion on that?

**Ms. Saint-Jean:** Yes, I do. When we talk about the greater role that should be undertaken by the government in matters of information, there is a major difference between our recommendations and previous ones. There is a difference in measures that have already been taken in other countries to curtail concentration of property.

Premièrement, j'aimerais savoir si dans la préparation de votre rapport, vous avez jeté un coup d'oeil à la situation en dehors de la province du Québec, dans le reste du Canada.

**Mme Saint-Jean:** La réponse est non. Nous n'avons pas eu le temps d'examiner la scène canadienne ou américaine. Nous n'avons eu que le temps de rassembler le peu d'information qui est présenté dans le volume 2 du rapport, qui porte sur la législation étrangère. Nous avons étudié les barrières juridiques qui existent aux États-Unis, en Australie, en France, en Suède, en Grande-Bretagne et dans quelques autres pays, mais nous n'avons pas eu le temps de nous pencher sur le problème du Canada ou des États-Unis.

**Le sénateur Graham:** Dans le cadre de votre travail de journaliste et de professeure en communications au Québec et pendant votre examen de la situation de l'Australie ou d'ailleurs, avez-vous observé des différences marquées entre le journalisme, faute d'un meilleur mot, au Canada français et celui au Canada anglais?

**Mme Saint-Jean:** Dans la façon dont on exerce le journalisme?

**Le sénateur Graham:** Oui.

**Mme Saint-Jean:** Non, pas vraiment. Nous n'avons pas remarqué de différences énormes. Il y a une tendance générale, dans le monde et partout au Canada, vers une intégration accrue d'un genre qui était, autrefois, très distinct. L'opinion se fond dorénavant dans la nouvelle, les faits et l'information. Il y a également une tendance générale à favoriser le divertissement par l'information et la nouvelle.

Les nouvelles doivent être divertissantes et accrocheuses. Elles doivent attirer le regard du public ou l'amener à tendre l'oreille.

Je ne vois pas de grandes différences. Je sais que c'est un sujet très délicat, qui a été abordé à maintes reprises au cours des dernières années dans diverses études. À mon avis, il n'y a pas de différence fondamentale dans le journalisme selon qu'il soit exercé au Canada anglais ou au Canada français.

**Le sénateur Graham:** Dans votre rapport, vous semblez recommander un rôle accru du gouvernement dans les médias. Vous parlez de la liberté d'expression. Vous avez également rappelé dans votre exposé qu'il s'agissait là d'une énorme responsabilité.

Certains témoins que notre comité a entendus soutiennent toutefois qu'un rôle accru du gouvernement dans les médias risquerait de compromettre la fonction de chien de garde qu'assurent les médias quant aux activités du gouvernement. Un rôle accru du gouvernement pourrait avoir un effet négatif, ou du moins pourrait sembler avoir un effet négatif, sur la liberté de la presse.

Avez-vous une opinion sur le sujet?

**Mme Saint-Jean:** Oui. Lorsqu'on dit que le gouvernement devrait jouer un rôle accru dans le domaine de l'information, nos recommandations diffèrent beaucoup des anciennes recommandations. Les mesures qu'ont prises d'autres pays pour restreindre la concentration de la propriété varient.

Until now, governments and people who study the subject have seen the necessity to intervene before the main problem arose. Those measures were fairly ineffective. The perspective has to be shifted now to look at measures after the problem has arisen. It is impossible to imagine that the situation could be overturned or changed.

It is the evolution of many decades and we have to live with it.

However, certain measures have already been taken, in some countries more than others. To my knowledge, there has been a way to create equilibrium between respect for freedom of the press, freedom of speech and basic rights and legitimate government intervention to either protect property or prevent concentration.

Asking government to now play a greater role and take measures after the process does not mean that any government should not stay at arm's length from the press.

So far, the so-called "watchdog role" of the press has been greatly undermined, in my opinion, by other types of interests pursued by the media, namely profit.

Without saying that we had a glorious past, I believe there used to be a stronger critical stance towards government activity than there is now, due to so-called "lack of resources." As you know, investigative journalism and intensive coverage of government activity require staff time and a lot of investment that the media are less inclined to make. Therefore, I think that although government has to stay at arm's length from the media and keep away from any intervention concerning the content of information, it is the role of the state to oblige the media, in some way, to assume their duty, to play the role they have to play in a democratic society, and remain or become again the watchdog of government activity that they need to be.

[Translation]

**The Chair:** Other senators want to ask questions, but I would like to continue in the same vein, Ms. Saint-Jean. In recommendation 1 in your report, you say:

The committee recommends that:

(a) A commission of the National Assembly

The equivalent in the federal government would be a committee of Parliament.

... be directed to conduct a systematic study of all transactions involving the transfer of media ownership that may have an impact on the public interest with respect to information.

That could be any transfer of ownership, I imagine?

**Ms. Saint-Jean:** Yes.

Jusqu'à maintenant, les gouvernements et les chercheurs qui étudiaient la question voyaient la nécessité d'intervenir avant que le vrai problème ne survienne. Ces mesures étaient plutôt inefficaces. Nous voyons maintenant les choses sous un autre angle et nous devons chercher des moyens d'intervenir une fois que le problème est là. Il est impossible d'imaginer comment on pourrait renverser la vapeur ou comment la situation pourrait être différente.

C'est l'aboutissement d'une longue évolution; et nous devons vivre avec cette réalité.

Cependant, certains pays plus que d'autres ont déjà pris des mesures. À ma connaissance, il est possible d'atteindre l'équilibre entre le respect de la liberté de presse, la liberté d'expression, les droits fondamentaux et l'intervention légitime des gouvernements pour protéger la propriété ou prévenir sa concentration.

Le fait de demander au gouvernement de jouer un rôle accru et de prendre des mesures réactives ne signifie pas que la presse ne doit pas rester indépendante du gouvernement.

Jusqu'ici, le soi-disant rôle de chien de garde de la presse est grandement affaibli, à mon avis, par d'autres intérêts des médias, soit le profit.

Sans aller jusqu'à dire que le passé était glorieux, je crois que le regard qu'on portait sur les activités du gouvernement était plus critique hier qu'aujourd'hui, en raison d'un supposé manque de ressources actuel. Vous n'êtes pas sans savoir que le journalisme de terrain et la couverture intense des activités du gouvernement demande du temps et beaucoup d'investissement, ce qui freine l'ardeur des médias. Ainsi, je crois que même si le gouvernement doit demeurer en dehors des médias et s'abstenir d'intervenir quant au contenu de l'information, il est du ressort de l'État d'obliger les médias, d'une certaine façon, à respecter leur devoir, à jouer le rôle qu'ils doivent jouer dans une société démocratique et à demeurer ou à redevenir le chien de garde des activités gouvernementales, comme autrefois.

[Français]

**La présidente:** D'autres sénateurs veulent poser des questions, mais je voudrais poursuivre dans cette veine, Madame St-Jean. Dans votre rapport, à la recommandation numéro 1, vous dites:

Le comité recommande que:

a) Une commission de l'Assemblée nationale [...]

L'équivalent au gouvernement fédéral serait un comité du Parlement.

[...] soit investie du mandat d'étudier systématiquement toutes les transactions impliquant le transfert de propriétés des médias susceptibles d'affecter l'intérêt public au plan de l'information.

Cela pourrait être n'importe quel transfert de propriété, j'imagine?

**Mme Saint-Jean:** Oui.



**The Chair:** I must say that, as a parliamentarian, I reacted quite strongly when I read this text. I am not sure that parliamentarians would like to assume that responsibility. There is always the danger or perceived danger — but I am thinking of a real danger as well — that the decisions or recommendations of the said commission or committee would be highly influenced by everyday partisan political considerations.

I am going to cite an entirely hypothetical example, which I think a lot of people will understand. It is no secret that Lord Black of Cross Harbour, Conrad Black, did not really like the current Prime Minister of Canada, but he is nevertheless the Prime Minister of Canada and has a majority of seats in Parliament.

Imagine Lord Black having to appear before a parliamentary committee controlled by persons faithful to the Prime Minister to seek permission to acquire a newspaper. It would definitely be hard to conceive that parliamentarians could express considerations that would be entirely objective, non-partisan, calm and detached from the situation. I would like to have your comments on that subject.

**Ms. Saint-Jean:** I entirely agree with you. You are right. I would like to draw your attention to the wording of the recommendation. The recommendation states:

That the culture commission of the National Assembly [...]

You have added:

... be directed to conduct a systematic study of all transactions.

It does not refer to approval, permission or recommendation. The idea here is to create a constitutional forum where media companies have to be accountable by reporting transactions which they have conducted in the period that has just elapsed, not to request permission or to obtain any kind of blessing.

We believe, and this may be naive, that merely testifying before public representatives on what is done in the area of information, such as, for example, the act of purchasing all the independent dailies remaining in the market or merging all weeklies, would be sufficient. Having to answer questions such as “In the purchases of dailies and weeklies, have you merged the newsrooms?” or “What are the terms and conditions on which the independence of the news managers in the various newsrooms of the papers you publish will be respected?” would make the owners and officers of media companies aware that they must be more respectful of the public’s right to information.

That is the new dynamic that we have considered, which, I would point out to you, is the result of a consensus. Our committee was composed of 10 members of different professional and political backgrounds and different opinions. I believe that

**La présidente:** Je dois dire qu’en tant que parlementaire, j’ai eu une réaction assez forte en lisant ce texte. Je ne suis pas certaine que les parlementaires voudraient assumer cette responsabilité. Il y aurait toujours le danger ou la perception du danger — mais je pense à un danger réel aussi — que les décisions ou recommandations de ladite commission ou dudit comité seraient très influencées par des considérations politiques partisans quotidiennes.

Je vais citer un exemple tout à fait hypothétique, mais je pense que beaucoup de gens vont comprendre. Ce n’est un secret pour personne que Lord Black of Cross Harbour, Conrad Black, n’aimait pas tellement l’actuel premier ministre du Canada, mais qui est quand même premier ministre du Canada et qui a une majorité de sièges au Parlement.

Imaginez que Lord Black doive se présenter devant un comité parlementaire contrôlé par les fidèles du premier ministre pour demander la permission d’acheter un journal. Il y aurait certainement une difficulté, de part et d’autre, à penser que les parlementaires pourraient émettre des considérations tout à fait objectives, non partisans, calmes et être détachés de la situation. J’aimerais avoir vos commentaires à ce sujet.

**Mme Saint-Jean:** Je suis entièrement d’accord avec vous. Vous avez raison. Je voudrais attirer votre attention au libellé de la recommandation. La recommandation dit:

Que la commission de la culture de l’Assemblée nationale [...]

Vous avez ajouté:

[...] soit investie du mandat d’étudier systématiquement toutes les transactions.

Il n’est pas fait état d’approbation, de permission ni de recommandation. L’idée ici est de créer un forum constitutionnel où les entreprises de presse ont à rendre des comptes pour faire état des transactions auxquelles elles se sont adonnées dans la période qui vient de s’écouler, non pas pour en demander l’autorisation, ni pour obtenir une quelconque bénédiction.

Nous croyons, et c’est peut-être de la naïveté, que le seul exercice d’avoir à témoigner auprès des représentants de la population sur ce qui est fait en matière d’information comme, par exemple, le fait d’avoir acheté tous les quotidiens indépendants qui restaient sur le marché ou d’avoir fusionné tous les hebdomadaires serait suffisant. Le fait de devoir répondre à des questions telles que « Dans les achats de quotidiens et d’hebdomadaires, avez-vous fusionné les salles de rédaction? » ou « Quelles sont les modalités de respect de l’indépendance des directeurs d’information dans les différentes salles d’information que vous publiez? » serait de nature à favoriser la conscience des propriétaires et des dirigeants des entreprises d’information dans le sens d’un plus grand respect du droit du public à l’information.

C’est la dynamique nouvelle que nous avons envisagée qui est, je vous le signale, le résultat d’un consensus. Notre comité était constitué de dix membres d’horizons professionnels politiques différents et d’opinions différentes. Je crois qu’un des mérites de



one of the merits of our work is not the recommendations as such, but rather the fact that we tried to strike a balance between various visions.

That balance is not perfect, and it may have at least theoretical deficiencies, and it proposes action that has never been taken anywhere. Based on the assumption that the types of intervention or non-intervention envisaged in the past have not produced the desired results, let's try something else based on what we thought were the strengths of the previous attitudes.

[English]

**Senator Spivak:** I agree with our chairman that it is very difficult not to be cynical about the surveillance of economic activity by a legislative body. Look at the situation we are in now. In many places in Canada there is a single newspaper. There is no competition. We do have the CRTC. Thank goodness for the CBC, so that we do have a diversity of opinion.

There is great controversy at the moment in the United States over a law that would allow one owner to have more radio stations or newspapers. Do you not think it is probably more effective to have stringent laws regarding ownership, in other words, encouraging competition, rather than surveillance over whether someone should buy something or not?

Also, could elaborate on how you view the ownership situation in terms of making editorial opinion front-page news, et cetera. That is what is happening in our country, to a great extent. In other words, what should be a columnist's view is often an owner's opinion, and somehow that opinion is on the front page.

**Ms. Saint-Jean:** Would stringent laws concerning ownership be more efficient?

Yes, certainly laws would be more efficient, however, it is getting late. Thus far, we have relative protection in whatever is in place in Canada, for example, la loi sur la concurrence. As it is now, I believe that protects us from the take-over of Canadian media by foreign ownership or complete control.

**Senator Spivak:** Thus far.

**Ms. Saint-Jean:** That is right.

Yes, it would be a good way to provide protection, but when one says that, one has to say, "protect whatever is left of diversity." In certain areas, as you outlined, this diversity is non-existent or has disappeared. I do not think that stringent laws would have the effect of restoring a diversity that has long gone.

Concerning the relationship between ownership and editorial stands, it has been long admitted by scholars as well as information professionals that diversity of ownership favours

notre exercice n'est pas tant les recommandations comme telles, mais le fait que nous avons tenté d'en arriver à un équilibre entre différentes visions.

Cet équilibre n'est pas parfait et il peut présenter des failles au moins théoriques et il propose une intervention qui n'a jamais été pratiquée nulle part. En partant de la prémisse que les types d'intervention ou de non intervention dans le passé n'ont pas donné les fruits espérés, tentons autre chose qui mise sur ce qu'on pensait être les points forts des précédentes attitudes.

[Traduction]

**Le sénateur Spivak:** Je suis d'accord avec notre présidente pour dire qu'il est très difficile de ne pas voir avec cynisme la surveillance d'une activité économique par un organisme législatif. Regardez la situation dans laquelle nous nous trouvons. À bien des endroits au Canada, il n'y a qu'un seul journal. Il n'y a aucune concurrence. Nous avons le CRTC et Dieu merci, nous avons la SRC, de sorte qu'il y a au pays une certaine diversité d'opinions.

Il y a beaucoup de controverse en ce moment, aux États-Unis, autour d'une loi qui permettrait à un même propriétaire de détenir plus de stations de radio ou de journaux. Ne croyez-vous pas qu'il serait plus efficace de nous doter de lois sévères sur la propriété, autrement dit d'encourager la concurrence, plutôt que de nous demander chaque fois si les gens peuvent ou non acquérir un média?

De plus, pouvez-vous nous faire part de votre point de vue sur l'état de la propriété et ses incidences sur les éditoriaux, les premières pages, et cetera. La propriété influence beaucoup le contenu des médias dans notre pays. En d'autres mots, ce qui devrait être l'opinion d'un chroniqueur est souvent l'opinion du propriétaire et d'une certaine façon, cette opinion transparaît sur la première page.

**Mme Saint-Jean:** Serait-il plus efficace de nous doter de lois sévères sur la propriété?

Oui, il serait certainement plus efficace de nous doter de lois, mais il est un peu tard. Jusqu'à maintenant, à peu près tout ce qui existe au Canada jouit d'une protection relative, notamment par la Loi sur la concurrence. À l'heure actuelle, je crois que cette loi nous protège d'un monopole ou de la propriété étrangère des médias canadiens.

**Le sénateur Spivak:** Jusqu'à maintenant.

**Mme Saint-Jean:** C'est juste.

Ce serait effectivement un très bon moyen d'assurer une protection, mais il faut également penser à protéger ce qui reste de la diversité. Dans certaines régions, vous l'avez déjà dit, il n'y a pas de diversité ou il n'y en a plus. Je doute que des lois sévères fassent renaître une diversité disparue depuis longtemps.

Pour ce qui est de la relation entre la propriété et le point de vue éditorial, les universitaires et les professionnels de l'information admettent depuis longtemps que la diversité de

diversity of opinion. By the same token, lack of diversity in ownership entails lack of diversity in opinion.

**Senator Spivak:** Does the literature back that up? Does evidence back that up? It seems that most owners, as you pointed out, have the same opinion: They want to make a profit. Generally speaking, and within reason, they will do whatever it takes to make a profit. Those attitudes are similar, no matter who is the owner. Diversity of ownership does not guarantee diversity of opinion.

**Ms. Saint-Jean:** Of course it does not. Thus far, we are short of any sound academic evidence or research that would give us a nuanced or detailed portrait of the situation concerning diversity.

[Translation]

The committee that I chaired commissioned a piece of research from an academic researcher on the question of diversity, the theoretical definition of diversity and the various studies conducted to date on the links between the concept of diversity and other aspects of information. The conclusion that expert came to is that there is very little theoretical knowledge that provides us with a refined notion of what diversity is.

However, apart from profit-seeking, the other common denominator of all media companies is that they embrace the trends and fashions of the information world. That is easy to understand. It is also linked to profit-seeking and institutional and organizational survival.

When we talk about diversity of opinion, we are talking not only about diversity of partisan editorial opinion, but also about different approaches to information. We are talking about concerns that reflect various sectors of society and various categories of the population, not only an opinion decided at the time of elections. We still have a lot of work to do to determine a suitable definition of diversity of opinion and editorial diversity.

[English]

**Senator Spivak:** One last question. Do you think our laws are valid in terms of diversity? For example, Al-Jazeera wishes to come here and a decision has to be made. Very often, there is the question of whether what they promulgate is hate speech. If you want to be totally diverse, I suppose you would permit that? How do you view that?

**Ms. Saint-Jean:** I am torn between two positions concerning that specific question. Part of me says that if we are to be faithful to freedom of speech, we should allow Al-Jazeera in. Part of me says that we should be careful. I have no definite position and am like most people, torn between two things.

I would like more information concerning the possible repercussions of such a decision and the potential public effect and so on. This is a very sensitive question.

propriété favorise la diversité d'opinion. Dans le même ordre d'idée, une faible diversité de propriété occasionne une faible diversité d'opinion.

**Le sénateur Spivak:** Est-ce également ce qu'on lit dans la littérature? Est-ce que les preuves nous disent? Il semble que la plupart des propriétaires, comme vous l'avez dit, ont la même opinion: ils veulent faire des profits. En règle générale, et c'est compréhensible, ils font n'importe quoi pour réaliser des profits. Cette attitude se répète invariablement, peu importe qui est le propriétaire. La diversité de propriété ne garantit pas la diversité d'opinion.

**Mme Saint-Jean:** Bien sûr que non. À l'heure actuelle, il n'y a pas de bonne étude ou recherche universitaire qui brosse un portrait nuancé ou détaillé de la situation de la diversité.

[Français]

Le comité, que j'ai présidé, a commandé une recherche à un universitaire sur la question de la diversité, de la définition théorique de la diversité et des différentes études à ce jour sur les liens entre la notion de diversité et d'autres aspects de l'information. Les conclusions auxquelles cet expert est arrivé, est qu'il y a très peu de connaissances théoriques qui nous donnent une connaissance raffinée de ce qu'est la diversité.

Cependant, au-delà de la recherche du profit, l'autre dénominateur commun de toutes les entreprises de presse est d'épouser les tendances et les modes qui traversent le milieu de l'information. C'est facilement compréhensible. C'est aussi lié à la recherche du profit ou la survie institutionnelle et organisationnelle.

Lorsque nous parlons de diversité d'opinions, nous parlons de diversité non seulement d'avis éditoriaux partisans mais d'approches différentes à l'information. Nous parlons de préoccupations qui reflètent différents secteurs de la société ou différentes catégories de la population et pas seulement un avis tranché au moment des élections. On a encore beaucoup de travail à faire pour qualifier convenablement la définition de la diversité d'opinions et de la diversité éditoriale.

[Traduction]

**Le sénateur Spivak:** J'ai une dernière question. Croyez-vous que nos lois servent aux fins de la diversité? Par exemple, Al-Jazira voudrait pénétrer notre marché, et l'on doit prendre une décision. Très souvent, on se demande si leur discours en est un de haine. Si l'on veut assurer une diversité totale, je suppose qu'on les diffuserait? Comment voyez-vous la chose?

**Mme Saint-Jean:** Je suis tiraillée entre deux positions à ce sujet. Une partie de moi me dit que si nous voulons respecter complètement la liberté d'expression, nous devrions diffuser Al-Jazira. Une autre partie de moi m'exhorte à la prudence. Je n'ai pas de position ferme et je me sens comme la plupart des autres, tiraillée entre deux choses.

J'aimerais avoir plus de renseignements sur les répercussions possibles d'une telle décision et sur l'effet qu'elle pourrait avoir sur le public, entre autres. C'est une question très délicate.

[Translation]

**Senator LaPierre:** It is not difficult at all, Madam. The cost of freedom is risk. If you have freedom of the press, you have to have all possible opinions.

I am told this system is guilty of messages of hatred toward Jews. We have laws in Canada to deal with those situations. The Criminal Code can be used.

I could argue that the vast majority of Canadian dailies, television and radio stations, with the exception of Radio-Canada, encourage hatred toward Islam and Palestinians. They never report positive news about those two international groups because they are afraid of that Islamic or Muslim network, and there are reasons for that.

The cost of freedom is risk. I prefer it that way, and I want it here without someone going and saying tomorrow morning

[English]

You cannot have this one here because of this and because of that.

[Translation]

Do not you think my position is very reasonable, if I can be reasonable?

**Ms. Saint-Jean:** You express part of my thinking in very eloquent terms. There is another one on counterbalance and the actual protection the laws afford us, on other types of propaganda to which we are exposed, perhaps more in the American than the Canadian media. All that is not simple. Now if we stick to a strict position on respect for freedom, you are entirely right.

If we use other arguments, we can come to different considerations.

[English]

**Senator Spivak:** Talking about impact, remember the situation with radio in Rwanda. Media can be hijacked, that is the problem.

**Senator LaPierre:** With all due respect, media have already been hijacked in Canada. Do you want to have a discussion about that?

**The Chairman:** Senator LaPierre, we have a long list.

[Translation]

**Senator Corbin:** Could I ask you whether somewhere in the world there is a situation in which freedom of speech, the free exercise of the prerogatives of private ownership and social responsibility in the media field are in ideal balance. You told us you had studied situations outside Canada.

**Ms. Saint-Jean:** Ideal situation? No, I do not think that exists.

[Français]

**Le sénateur LaPierre:** Madame, ce n'est pas difficile du tout. La liberté se paie avec des risques. Si l'on bénéficie de la liberté de presse, il faut avoir toutes les opinions possibles.

On me dit que ce réseau est coupable de messages de haine contre les Juifs. On a des lois au Canada contre ces situations. Le Code criminel peut servir.

Je pourrais argumenter que la grande majorité des quotidiens canadiens, des postes de télévision et de radio, à l'exception de Radio-Canada, encourage une haine contre l'Islam et contre les Palestiniens. Elle ne rapporte jamais de nouvelles positives sur ces deux manifestations internationales, car elles ont peur de ce réseau islamique ou musulman et il y a des raisons.

La liberté se paie par des risques. Je le préfère et je le veux ici sans cela demain matin quelqu'un va dire...

[Traduction]

On ne peut permettre cela ici pour telle et telle raison.

[Français]

Ne croyez-vous pas que ma position soit très raisonnable, si je peux être raisonnable?

**Mme Saint-Jean:** Vous exprimez en des termes très éloquentes une partie de ma réflexion. Il y en a une autre sur la notion de contrepoids et sur la protection réelle que nous offrent les lois, sur d'autres types de propagande auxquels nous sommes exposés, et ce, peut-être davantage dans les médias américains que canadiens. Tout cela n'est pas simple. Maintenant, si on s'en tient à une position stricte par rapport au respect de la liberté, vous avez entièrement raison.

Si on utilise d'autres arguments, on peut arriver à des considérations différentes.

[Traduction]

**Le sénateur Spivak:** Parlant d'incidence, vous rappelez-vous de la situation de la radio au Rwanda? Les médias peuvent subir des pressions ou une influence extérieures, c'est le problème.

**Le sénateur LaPierre:** Malgré tout le respect que je vous dois, même au Canada, les médias subissent des pressions ou une influence extérieures. Voulez-vous qu'on en discute?

**La présidente:** Sénateur LaPierre, nous avons une longue liste de questions.

[Français]

**Le sénateur Corbin:** Pourrais-je vous demander s'il y a quelque part dans le monde une situation où liberté de parole, libre exercice de prérogatives de la propriété privée et responsabilité sociale dans le domaine des médias sont dans un équilibre idéal. Vous nous avez dit avoir étudié des situations à l'étranger.

**Mme Saint-Jean:** Situation idéale? Non, je ne pense pas que cela existe.



**Senator Corbin:** Or one that is approaching an ideal situation in the field, having regard to your recommendations?

**Ms. Saint-Jean:** The grass is always greener on the other side of the fence. There have long been situations which are the envy of people who consider these issues in North America. One of my frustrations in the work I did for the committee was that I did not have the time to go to certain Scandinavian countries such as Sweden, Denmark and Finland to see how things work. Sweden was the first Western country, long before Great Britain, to adopt the press council model. Sweden established a press council in the eighteenth century. It was in the same spirit of social responsibility that the Hutchins Commission and the British revived it at the same time in the 1940 and 1950s.

The Scandinavians have a long tradition of respect for the fundamental freedoms that actuate us as well: freedom of opinion, freedom of expression, freedom of the press. They also have large and very powerful media businesses. An additional feature is that they have languages that are little used outside their own countries. That is the case of the Danes, Norwegians, Swedes and Finns. And yet there are no restrictive laws prohibiting this type of thing. A balance has been established. There are also striking trends: the city of Stockholm has experienced a gradual decline in the number of dailies published over the past 20 years. That trend appears to be less strong in Finland, which has the largest number of dailies per capita in the world, even though it has fewer than one million citizens. That may be why it is a bit easier.

I believe there is a balance, probably resulting from culture, tradition and political history, which can serve as an example for us. However, that is the vision of someone who is speaking in virtual ignorance of the matter and who tends to see the grass in her neighbour's field as greener than her own.

**Senator Corbin:** Do Quebecers balk at the fact that the *Montreal Gazette*, *L'Actualité* and *Châtelaine* are foreign-owned? I was reading this morning in one of those publications that *The Gazette's* circulation has appreciably declined recently. Have Quebecers reacted to this control by English Canadian interests?

**Ms. Saint-Jean:** When you talk about control, you are mainly talking about the transaction through which CanWest Global became owner of *The Gazette*, because the two publications you mention have long belonged to Rogers, previously MacLean Hunter, and were thus Canadian- or Toronto-owned. I know of no opinion polls that would give us any indication of Quebec opinion on these types of ownership. *L'Actualité* and *Châtelaine* are among the publications with the largest circulations in Quebec. So one can reasonably think they enjoy a good business reputation. Furthermore, I do not believe it was the change in *The Gazette's* ownership as such that had the greatest effect on Quebec public opinion, but rather certain editorial decisions, such as, for example, the question of the single editorial for all CanWest dailies, which brought some reaction, although it was relatively limited to a certain circle of insiders. The general

**Le sénateur Corbin:** Ou qui se rapproche d'une situation idéale dans ce domaine, compte tenu de vos recommandations?

**Mme Saint-Jean:** L'herbe est toujours plus verte chez le voisin. Il y a des situations qui font l'envie des gens qui réfléchissent à ces questions en Amérique du Nord et ce depuis très longtemps. Une de mes frustrations, dans l'exercice que j'ai fait pour ce comité, fut de ne pas avoir le temps d'aller dans certains pays scandinaves, comme la Suède, le Danemark ou la Finlande, pour voir comment les choses se passent. La Suède est le premier pays occidental à avoir adopté, bien avant la Grande-Bretagne, le modèle du conseil de presse. La Suède s'est dotée d'un conseil de presse au XVIII<sup>ième</sup> siècle. C'est dans le même esprit de responsabilité sociale que la Commission Hutchins et les Britanniques l'ont ressuscité en même temps dans les années 1940 et 1950.

Les Scandinaves ont une longue tradition de respect des libertés fondamentales qui nous animent aussi: liberté d'opinion et d'expression de la presse. Ils ont aussi de grandes entreprises de presse très puissantes. En plus, ils ont la particularité d'avoir des langues peu utilisées en dehors de leur propre pays. C'est le cas des Danois, des Norvégiens, des Suédois et des Finlandais. Pourtant, il n'y a pas de lois contraignantes au sens d'interdire tel type de chose. Un équilibre s'établit. Il y a aussi des tendances qui frappent; la ville de Stockholm a connu au cours des 20 dernières années une diminution graduelle du nombre de quotidiens publiés. Cette tendance semble moins toucher la Finlande. Ce dernier pays détient le plus haut taux de quotidiens per capita au monde, pourtant il compte moins d'un million de citoyens. C'est peut-être la raison pour laquelle c'est un peu plus facile.

Je crois qu'il existe un équilibre motivé probablement par la culture, la tradition et l'histoire politique, qui pourrait nous servir d'exemple. Cependant, il s'agit de la vision de quelqu'un qui parle presque en toute ignorance de cause et qui a tendance à voir l'herbe du pré du voisin plus verte que la sienne.

**Le sénateur Corbin:** Les Québécois « rechignent-ils » contre le fait que le journal *The Gazette* de Montréal, les revues *L'Actualité* et *Châtelaine* soient propriété étrangère? Je lisais ce matin dans l'une de ces revues que le tirage de *The Gazette* de Montréal a sensiblement diminué depuis quelque temps. Les Québécois ont-ils réagi à cette mainmise par des intérêts du Canada anglais?

**Mme Saint-Jean:** Lorsque vous parlez de mainmise, vous parlez surtout de la transaction par laquelle CanWest Global est devenue propriétaire de *The Gazette*, parce que les deux revues que vous mentionnez appartiennent depuis longtemps à Rogers, auparavant à MacLean Hunters, donc de propriété canadienne ou torontoise. Je ne connais pas de sondages d'opinions qui nous donneraient des indications sur l'avis des Québécois par rapport à ces modalités de propriété. *L'Actualité* et *Châtelaine* sont parmi les revues qui ont les plus forts tirages au Québec. On peut donc penser qu'elles bénéficient d'une bonne réputation d'entreprise. Par ailleurs, je ne crois pas que ce soit la transaction de propriété de *The Gazette* comme telle qui ait fait le plus de remous dans l'opinion publique au Québec, mais plutôt certaines décisions éditoriales, par exemple, la fameuse question de l'éditorial unique pour tous les quotidiens de CanWest, laquelle a suscité certaines

public is not very concerned about those matters and I would not draw any connection between the decline you refer to in *The Gazette's* circulation and its present owners.

**The Chair:** I would like a clarification. *The Gazette* had been owned by Montrealers from at least 35 years. It was first bought by the Southam company, then with other Southam papers by Mr. Black, then by CanWest Global.

You said that the Swedes have had a press council since the eighteenth century?

**Ms. Saint-Jean:** That is correct, in 1753 or 1793.

**Senator Corbin:** The Montreal *Gazette's* circulation has nevertheless fallen from 210,000 to 170,000 readers. That is happened since Mr. Asper took control. I read the article in the latest issue of *L'Actualité* — you can take a look at it — there may be measures to take in response to this state of affairs. I do not know why it has happened.

**Ms. Saint-Jean:** I am sorry, Senator Corbin, but I cannot comment on that situation. However, many factors influence increases and decreases in the dailies' circulations. The situation of *The Gazette* in Montreal is very particular.

To continue on with Sweden, the name "ombudsman" is Swedish in origin. The first press council arrangement consisted of not only a tribunal of honour, but also an arbitrator ombudsman to settle differences between the partners over information.

[English]

**Senator Gustafson:** I find this interesting. You mentioned the responsibility of journalists and the public.

I am a grandfather of 12 grandchildren from the ages of 28 to 8. They are engineers, teachers and accountants. I find that they do not read the newspaper. These kids are not reading the newspaper.

I call them to find out what happened in the hockey game, and they are on the Internet. A large portion of the public is really not into the media. It is a changing world.

The second thing happened quickly. They are watching football in Europe. Football has caught on big with the kids over there.

We are talking about CanWest, Conrad Black, Izzy Asper and so on, but are we really keying in to what is happening in Canada that is important?

People do not read the *Western Producer*, the *Estevan Mercury*, the *Leader Post* or *The Globe and Mail*. They do not read the *National Post*.

**Senator Graham:** Or the *Antigonish Casket*. They do not read that in sufficient numbers.

**The Chairman:** Senator Gustafson is from Saskatchewan, and he is citing a long list of Saskatchewan newspapers.

réactions, encore qu'elles aient été relativement limitées à un certain cercle d'initiés. Le grand public ne se préoccupe pas beaucoup de ces choses et je ne ferais pas du tout de lien entre la diminution dont vous parlez du tirage de *The Gazette* et ses propriétaires actuels.

**La présidente:** J'aurais une précision. Cela fait au moins 35 ans que le journal *The Gazette* n'est plus propriété des Montréalais. Il a été acheté d'abord par la compagnie Southam, ensuite avec les autres journaux Southam par M. Black, puis par CanWest Global.

Vous avez dit que les Suédois avaient un conseil de presse depuis le XVIII<sup>e</sup> siècle?

**Mme Saint-Jean:** C'est exact, en 1753 ou 1793.

**Le sénateur Corbin:** Il demeure que le tirage de *The Gazette* de Montréal est passé d'environ 210 000 à 170 000 lecteurs. Cela s'est produit depuis la mainmise des intérêts Hasper. Si j'ai bien lu l'article du dernier numéro de la revue *L'Actualité*, vous y jetterez un coup d'oeil, il y aurait peut-être des réponses à apporter à cette situation de fait. Je ne sais pas pourquoi cela est arrivé.

**Mme Saint-Jean:** Je regrette, sénateur Corbin, mais je ne peux pas commenter cette situation. Cependant, beaucoup de facteurs influencent les hausses et les baisses de tirage des quotidiens. La situation de *The Gazette* à Montréal est très particulière.

Pour continuer sur la Suède, le mot «ombudsman» est d'origine suédoise. La première formule de conseil de presse consistait non seulement en un tribunal d'honneur mais en un arbitre ombudsman pour régler les différends qui opposaient les partenaires sur l'information.

[Traduction]

**Le sénateur Gustafson:** C'est intéressant. Vous avez parlé de la responsabilité des journalistes et du public.

Je suis grand-père de douze petits-enfants de 8 à 28 ans. Ils sont ingénieurs, enseignants, comptables... Je constate qu'ils ne lisent pas les journaux. Ces jeunes ne lisent pas les journaux.

Je les appelle pour connaître le dénouement de la partie de hockey, et ils naviguent sur Internet. Une grande partie du public ne se préoccupe vraiment pas des médias. Le monde change.

La deuxième chose est arrivée vite. Tout le monde regarde le soccer en Europe. Les jeunes sont de grands férus de soccer là-bas.

Nous parlons de CanWest, de Conrad Black, d'Izzy Asper et j'en passe, mais nous attardons-nous vraiment aux réalités importantes du Canada?

Les gens ne lisent pas le *Western Producer*, le *Estevan Mercury*, le *Leader Post* ou le *Globe and Mail*. Ils ne lisent pas le *National Post*.

**Le sénateur Graham:** Ni le *Antigonish Casket*. Trop peu de gens lisent.

**La présidente:** Le sénateur Gustafson vient de la Saskatchewan et cite une longue liste de journaux de son coin.



**Senator Gustafson:** I did not hear you address that large portion of our young people who will be the citizens of tomorrow and how they will deal with the global situation in the media. It is already happening.

**Ms. Saint-Jean:** That is a very big question. Actually, your oldest grandchild is the age of my son. I am also a grandmother of a young baby.

I am also very preoccupied with the fact that the younger generation — and I meet them every day in the university — are totally uninterested in the news.

Over a number of years I have asked myself: Why do these young people, especially university students, have no interest in newspapers or newscasts on television and radio? The only sketchy answer that I can come up with is that news is not an essential staple in their daily life. Why is that? I think that being a citizen now does not mean the same as it used to when we were their age. This gives a relative sense of this whole trend toward revival of what we call in French “la société citoyenne,” a new way of being a citizen in our modern countries.

Having said that, I am conscious that I have not said much concerning the future of news media. This reinforces my strong belief that we have a collective responsibility, in bringing forward media information, to consider this lack of renewal of their readership or viewers for television media, and to use other means than favouring sexy trends on the front page.

We saw two weeks ago a new, uplifting version of “le plus grand quotidien français d’Amérique.” I was amazed, because we were all expecting this new baby, an uplifting *La Presse* with a front page with colours, a new printing device and everything. I see Senator LaPierre laughing; he probably saw the same as I did.

First, on the upper part of the paper there was no news. There was a human-type story concerning drugs in schools, which we have known about for a long time. There was nothing new there. There was a large, main picture of three babies, with people saying how risky it was nowadays to have babies through medical-assisted devices, because you end up having three instead of one; and there were two pretty women, one standing on the left side of the column and one on the main portion of the newspaper. That is what you saw in this new, uplifting image of *La Presse*: No news, but babies — of course, the generation between 18 and 34 are interested in family and bringing up children — and the old, traditional attraction of nice, smiling women.

I personally do not believe this is the way to bring the younger generation into the readership of large newspapers. I think we have to address their preoccupations in a different way and help raise their consciousness as citizens involved in all the main questions with which a country or province has to deal.

**Le sénateur Gustafson:** Je ne vous ai pas entendu parler de tous ces jeunes qui sont nos citoyens de demain et de la façon dont ils vont gérer la situation générale des médias. C’est déjà d’actualité.

**Mme Saint-Jean:** C’est une très grande question. En fait, l’aîné de vos petits-enfants est de l’âge de mon fils. Je suis également grand-mère d’un petit bébé.

Je suis, moi aussi, très préoccupée du fait que la jeune génération — et je la côtoie tous les jours à l’université — se désintéresse totalement des nouvelles.

Depuis quelques années, je me demande pourquoi ces jeunes, particulièrement les étudiants des universités, ne s’intéressent pas aux journaux ou aux nouvelles diffusées à la télévision et à la radio. La seule réponse sommaire que je peux avancer, c’est que les nouvelles ne leur semblent pas essentielles dans la vie quotidienne. Pourquoi? Je pense que le fait d’être un citoyen n’a pas la même signification aujourd’hui que lorsque nous avions leur âge. Cela met en perspective la tendance générale au renouveau de ce qu’on appelle la société citoyenne, à une nouvelle façon d’être citoyen dans le monde moderne.

Cela étant dit, je suis consciente de ne pas vous renseigner beaucoup sur l’avenir des médias d’information. Cela renforce ma conviction que nous avons une responsabilité collective dans l’évolution des médias d’information et que nous devons nous interroger sur le fait que le lectorat ou les téléspectateurs ne se renouvellent pas, puis envisager d’autres méthodes que celles des premières pages sexy ou à la mode.

Il y a deux semaines, nous avons reçu la nouvelle version du «plus grand quotidien français d’Amérique.» J’étais sidérée, parce que nous attendions tous ce nouveau bébé, la nouvelle version de *La Presse*, avec sa page couverture colorée, de nouveaux appareils d’impression et tout et tout. Je vois le sénateur LaPierre rire: il a probablement constaté la même chose que moi.

D’abord, dans la partie supérieure du journal, il n’y avait aucune nouvelle. Il y avait un article à saveur sociale, sur les drogues à l’école, qui nous ne nous apprenait rien de neuf. Il n’y avait rien de nouveau. Il y avait une grande photo centrale de trois bébés et des citations de gens qui nous disaient combien il était risqué de nos jours de recourir aux techniques de reproduction assistée pour avoir des bébés, parce qu’on finit par en avoir trois plutôt qu’un seul; puis il y avait deux jolies femmes, l’une à la gauche de l’article et l’autre dans la partie principale du journal. Voilà ce qu’on voyait de cette nouvelle image améliorée de *La Presse*: aucune nouvelle, mais des bébés — bien sûr, la génération des 18 à 34 ans s’intéresse à la famille et à l’éducation des enfants — et le vieil appât classique des belles femmes souriantes.

Personnellement, je ne crois pas que ce soit la meilleure façon d’inciter la jeune génération à lire les grands journaux. Je crois que nous devons traiter leurs préoccupations sous un nouvel angle et les aider à prendre conscience, en tant que citoyens directement touchés, de toutes les grandes questions auxquelles est confronté un pays ou une province.



**Senator Gustafson:** I have another question with regard to Canadian content and what is happening, especially, to the younger listening audience.

When I check with my grandchildren again, the older ones are listening to the World Series. The younger ones have already given that up. When they listen to that, they are listening to New York or Florida or wherever. Then you have the National Football League and the soccer league. They were all engaged with the playoffs in Seattle. Add to that the fact that Canada is becoming a very multicultural society. In fact, I am told that Toronto is the most multicultural city in the world — more so than New York now. We have a changing world. We have a changing country. Maybe this committee has a lot of work to do to come abreast with where we are at and to educate the public. We are caught up with who owns this or that, but it is moving so fast that by the time we get the report drawn up, it may be in other hands.

**The Chairman:** Just a reminder that one of the reasons why Ms. Saint-Jean is here is that the mandate of the committee of she was president was to look at concentration of ownership. You cannot blame her for talking to us about that. We asked her to talk about that.

**Senator Gustafson:** I am not blaming anyone. I am just trying to cite the reality of where I think we are at and where we are going. That is my last question.

**Ms. Saint-Jean:** I did not get the question in your comments, senator.

**Senator Gustafson:** I am asking about Canadian content. I am talking about the international situation. Our young people are watching the BBC, for goodness sakes. They are watching CNN, and when it comes to sports, it is almost completely dominated by American interests — whether it is the World Series or even hockey. Canada used to own hockey. We do not own hockey any more, not to the extent we did. That is changing our whole media approach, internationally and nationally.

**Ms. Saint-Jean:** One situation that was made clear to the committee that I headed was the fact that people had a greater facility to know what was happening in Toronto, Ottawa, New York, Washington, Paris, London, Quebec City and Montreal than in their own backyard. I think this came out blatantly — that regional and local information is the most affected by concentration of ownership.

The scale goes up. It is the same for people in a larger city, for example, Montreal, which has now integrated portions of the suburbs, and so on. It is harder for citizens of Montreal to know what is happening, for example, in Baie d'Urfé or in Longueuil or in Pointe-aux-Trembles, which are areas around the Island of Montreal. It is harder for them to know that than to know what is happening on the international level, in Baghdad or in Kabul. However, one must be careful. In spite of this converging situation in which channels bring us international information, I am not sure that we are well informed about what is taking place in Baghdad or Kabul. We see portions of that, and it helps people like former journalists — we have a tendency to be high consumers of information — to switch from the BBC to TV5 and

**Le sénateur Gustafson:** J'ai une autre question sur le contenu canadien et sur ce qui se passe, particulièrement chez le jeune public.

Lorsque je pose la question à mes petits-enfants, les plus vieux me disent regarder la Série mondiale. Les plus jeunes ont déjà laissé tomber. Lorsqu'ils la regardent, ils prennent les émissions de New York ou de la Floride. Il y a aussi la Ligue nationale de football et la ligue de soccer. Ils ont tous suivi les séries éliminatoires, qui ont eu lieu à Seattle. Ajoutez à cela le fait que la société canadienne est de plus en plus multiculturelle. En fait, on me dit que Toronto est la ville la plus multiculturelle du monde — devant New York. Le monde change. Notre pays change. Peut-être notre comité aurait-il beaucoup à faire pour se mettre au jour et éduquer le public. Nous sommes là à nous demander qui est propriétaire de ceci ou cela, mais tout change tellement vite que d'ici à ce que notre rapport soit prêt, les médias pourraient avoir déjà changé de main.

**La présidente:** Je voudrais seulement vous rappeler que l'une des raisons pour lesquelles Mme Saint-Jean est ici aujourd'hui, c'est que le mandat du comité qu'elle a présidé était d'étudier la concentration de la propriété. On ne peut la blâmer de nous en parler. Nous lui avons demandé de nous en parler.

**Le sénateur Gustafson:** Je ne fais de reproches à personne, j'essaie simplement de décrire la réalité telle qu'elle est. C'est ma dernière question.

**Mme Saint-Jean:** Je n'ai pas entendu de question dans votre intervention, monsieur le sénateur.

**Le sénateur Gustafson:** Je veux parler du contenu canadien, de la situation internationale. Nos jeunes regardent la BBC, il ne faut pas l'oublier. Ils regardent CNN et toutes les émissions sportives sont presque entièrement dominées par des intérêts américains — qu'il s'agisse de la Série mondiale ou même du hockey. Le hockey était la propriété du Canada, ce n'est plus le cas, plus dans la même mesure qu'auparavant. Cela modifie toute notre approche en matière de médias, tant au plan international que national.

**Mme Saint-Jean:** Ce qui est apparu clairement au comité que j'ai dirigé, c'est que les gens ont plus de facilité à savoir ce qui se passe à Toronto, Ottawa, New York, Washington, Paris, Londres, Québec et Montréal que chez eux. C'est tout à fait manifeste: l'information régionale et locale est la plus touchée par la concentration des médias.

L'éventail devient plus vaste. C'est la même chose pour les habitants d'une grande ville, par exemple, Montréal, qui s'est appropriée certaines banlieues, et cetera. Il est plus difficile pour les habitants de Montréal de savoir ce qui se passe, par exemple, à Baie d'Urfé, à Longueuil ou à Pointe-aux-Trembles, secteurs situés autour de l'île de Montréal, que de savoir ce qui se passe sur la scène internationale, à Bagdad ou à Kaboul. Il faut toutefois être prudent. Malgré cette convergence qui permet aux chaînes de nous transmettre de l'information internationale, je ne suis pas sûre que nous sommes bien informés au sujet de ce qui se passe à Bagdad ou à Kaboul. Nous en voyons des éléments et c'est ce qui permet à des gens comme les anciens journalistes, par exemple — nous avons tendance à être de gros consommateurs

TF2, the French information network, and the American channels, and see different versions of what is happening. Yet I am still convinced that in spite of the greater technological means, we still cover a very small portion of what is happening around the world, in our capitals, in our main cities, in our own countries, in our own province and in our own place.

**Senator Merchant:** Professor, this follows on from what you just said in your answer to Senator Gustafson. I, too, come from Saskatchewan. We get very little local information. I have been told that we only have one half-hour of local programming on CBC television, and that is between 6:30 and 7 o'clock in the evening. The rest of the day, there is nothing local on that particular network.

You spoke about the right of the public to information and the responsibility of journalists to get fair information to the public. You also spoke about the fact that we receive a narrow view of what is happening in the world. Could you explore this with us? Is this problem due to media concentration? We seem to be frequently pouncing on this issue. Where does the journalist fit into this picture? Perhaps we could say that Canadian journalists, by and large, come from what I would call the lower middle class; are picky, in that they like to poke at the issues; are not builders because they tend to take things apart and break things down; are left-leaning people who are well educated and humanitarian in their causes, in that they concentrate on poor peoples' issues; and, by and large, they are anti-religious. How does this give us a diversity of opinion and present a complete picture of what is going on in the world? Rather than continuing this singular focus on ownership, what about putting the responsibility on the individual journalist?

**Ms. Saint-Jean:** Concentration of the press is only one of the factors that can explain why the profession of journalism has changed so much over the years.

I am being cautious because I think that we have very good journalists in Canada and in Quebec. We also have journalists who are not so good. Most journalists have in common the fact that they are employees, and so they submit to the decisions of their bosses and of the media owners. The market is very competitive, and if one is not pleased with one's situation, then one has only to leave and five candidates will come forward to fill the vacancy. It is difficult today for younger journalists to behave in the same way that the more seasoned journalists used to — the great heroes of journalism 50 years ago.

Last year, I published an essay entitled, "Éthique de l'information," which is a study of the evolution of journalism information and ethics over a period of 40 years. This began as my PhD thesis and evolved into a research project. The main conclusion I reached was that a series of displacements has occurred. I was cautious in using as neutral a word as I could find because one cannot qualify this evolution in positive terms. It

d'information — de passer de la BBC à TV5 et à TF2, réseau français de l'information, et aux chaînes américaines afin d'obtenir diverses versions des événements. Toutefois, je suis quand même convaincue que malgré les plus grands moyens technologiques dont nous disposons, nous ne couvrons qu'une petite partie de ce qui se passe dans le monde, dans nos capitales, dans nos grandes villes, dans nos propres pays, dans notre propre province et chez nous.

**Le sénateur Merchant:** Madame la professeure, mon intervention fait suite à ce que vous venez juste de répondre au sénateur Gustafson. Je viens également de la Saskatchewan. Nous recevons très peu d'information locale. J'ai appris que nous n'avons qu'une demi-heure de programmation locale à la télévision CBC, entre 18 h 30 et 19 heures. Le reste de la journée, il n'y a rien de local sur ce réseau particulier.

Vous avez parlé du droit du public à l'information et de la responsabilité qui incombe aux journalistes de transmettre une information honnête au public. Vous avez également indiqué que nous n'avons qu'un aperçu limité de ce qui se passe dans le monde. Pourriez-vous développer? Ce problème s'explique-t-il par la concentration des médias? Nous semblons sauter souvent sur cette question. Quelle est la place du journaliste à cet égard? Peut-être pourrions-nous dire que les journalistes canadiens, en règle générale, proviennent de ce que j'appellerais la classe moyenne inférieure; ils sont difficiles à satisfaire, puisqu'ils aiment éplucher les questions; ils ne construisent rien, puisqu'ils ont tendance à tout démolir; ce sont des gens plutôt gauchistes qui sont bien éduqués et qui défendent des causes humanitaires, puisqu'ils se concentrent sur les questions touchant les pauvres; en règle générale, ils sont antireligieux. Comment peuvent-ils alors nous donner une diversité d'opinions et nous présenter une image globale de ce qui se passe dans le monde? Plutôt que de s'attarder sur cette simple question de propriété, ne pourrait-on pas rendre le journaliste responsable de la situation?

**Mme Saint-Jean:** La concentration des médias n'est que l'un des facteurs pouvant expliquer la raison pour laquelle la profession de journalisme a autant changé au fil des ans.

Je suis circonspecte, car je pense que nous avons de très bons journalistes au Canada et au Québec, même si, bien sûr, il y en a qui le sont moins. La plupart des journalistes sont en fait des employés et doivent donc se soumettre aux décisions de leurs patrons et des propriétaires des médias. Le marché est très concurrentiel et si vous n'êtes pas satisfait et que vous décidez de partir, cinq candidats vont se présenter pour vous remplacer. Il est difficile aujourd'hui pour les jeunes journalistes d'avoir le même comportement que celui des journalistes plus chevronnés à leur époque — les grands héros du journalisme d'il y a cinquante ans.

L'année dernière, j'ai publié un essai intitulé «Éthique de l'information» qui est une étude de l'évolution du journalisme, de l'information et de l'éthique sur une période de quarante ans. C'était au départ ma thèse de doctorat et elle s'est transformée en projet de recherche. La principale conclusion à laquelle je suis arrivée, c'est qu'il s'est produit toute une série de déplacements. J'ai pris la peine d'utiliser le mot le plus neutre possible, car on ne

has not improved, although it has changed. Being a journalist today does not mean the same as when I was a journalist in the 1960s.

I must admit that this is a preoccupying question. The description of the average journalist that you gave is totally in agreement with what the scholars say. I deal with students in universities each day of the year, year after year. What motivates most university students who come to our programs is not what motivated us 30 or 40 years ago. Is it better or is it worse? I cannot say. I can only tell you that a link exists between the quality of information provided by the news media, by professional journalists, and the values that are predominant in today's society.

I would place the problem in a larger sociological frame than just the journalists, but there has been a series of displacements.

**Senator Merchant:** I could be wrong about this, but I am presenting only one side, namely, that journalists pretend that the opinion they provide is unbiased. There is bias among ownership, but there is also bias among journalists.

Right now, there is a provincial election campaign underway in Saskatchewan. I talked with someone who said that it does not truly matter what the party platforms are, what literature you put out or what doors you knock on because the press has already decided what will happen on election day. They zero in on an issue and work that over and over again. For those people who listen, that then becomes the issue. The media do not put everyone on an equal footing and yet they would say that they are unbiased.

**Ms. Saint-Jean:** Unfortunately, part of what you say has been documented and demonstrated in much academic research by Professor Fred Fletcher, whom most of you know. Bias is a delicate question. I would not say that journalists begin their election coverage biased.

**Senator Merchant:** That is only one example.

**Ms. Saint-Jean:** The whole process of election coverage tends to give a selective and restricted picture of the ideas and the platforms. This horse-race kind of coverage creates a distortion. Without even talking about bias, there is a distorting effect in the way that elections are covered.

**Senator Merchant:** I like the word "distortion" better than "bias," but I raise this as an example only. I am trying to say that the press can create an issue and forget the political aspect of it. They can zero in on a story and suddenly that becomes the important story. Journalists could, for example, put so much emphasis on the same-sex marriage question that it becomes the big issue even when the public does not deem it such. By the time journalists are through with it, it has become the main issue.

peut pas qualifier cette évolution de façon positive. La situation ne s'est pas améliorée, même si elle a changé. Être journaliste aujourd'hui ne veut pas dire la même chose que lorsque j'étais journaliste dans les années 60.

Je dois reconnaître que cette question est préoccupante. La description du journaliste moyen que vous donnez correspond parfaitement à ce que disent les universitaires. Je suis en contact avec des étudiants des universités chaque jour de l'année, année après année. Ce qui motive la plupart des étudiants à venir dans nos programmes ne correspond pas à ce qui nous motivait il y a trente ou quarante ans. Est-ce mieux ou pire? Je ne peux le dire. Je peux simplement vous dire qu'il existe un lien entre la qualité de l'information fournie par les médias, par des journalistes professionnels, et les valeurs qui prédominent dans la société d'aujourd'hui.

Je situerais le problème dans un contexte sociologique plus vaste que simplement celui des journalistes, mais il est exact de dire que plusieurs déplacements se sont produits.

**Le sénateur Merchant:** Peut-être ai-je tort, mais d'après moi, les journalistes prétendent que leur opinion est objective. Les propriétaires font preuve de parti pris, sans doute, mais les journalistes, aussi.

Nous avons en ce moment une campagne électorale dans la province de la Saskatchewan. D'après ce que j'ai pu entendre, peu importe la plate-forme des partis, les documents que l'on publie ou les gens chez lesquels on va frapper, car les médias ont déjà décidé ce qui va se produire le jour de l'élection. Ils se polarisent sur une question et la présentent jour après jour, si bien qu'elle devient la question de l'heure. Les médias ne mettent pas tout le monde sur un pied d'égalité et pourtant ils disent être objectifs.

**Mme Saint-Jean:** Malheureusement, ce que vous dites, en partie, a été documenté et prouvé par le professeur Fred Fletcher, qui a fait des recherches universitaires et que la plupart d'entre vous connaissez. La non-objectivité est une question délicate. Je ne dirais pas toutefois que les journalistes commencent leur couverture électorale de façon subjective.

**Le sénateur Merchant:** Ce n'est qu'un exemple.

**Mme Saint-Jean:** Tout le processus de la couverture électorale tend à donner une image sélective et restreinte des idées et des plates-formes. Ce genre de couverture précipitée crée une distorsion. Sans même parler de parti pris, on peut dire qu'il y a effet de distorsion dans la façon dont se fait la couverture des élections.

**Le sénateur Merchant:** Je préfère le mot «distorsion» à «non-objectivité», mais ce n'était qu'un exemple de ma part. J'essaie de dire que les médias peuvent créer une question et en oublier tout l'aspect politique. Ils peuvent se polariser sur un événement qui soudain devient l'événement de l'heure. Les journalistes pourraient, par exemple, mettre tant l'accent sur la question du mariage de même sexe qu'elle deviendrait la question de l'heure même si le public ne la juge pas comme telle. Une fois que les



Journalists can unearth an issue and make it the big one. There may be nothing wrong with that, but that is not the only thing in which people may be interested.

You spoke about the right of the public to information and I will return to that now. The public is not receiving accurate information about the issues. The journalists bring their own bias into it and then it becomes an issue. With so few media sources available, the public hears the same opinion over and over again.

**Ms. Saint-Jean:** However, I would not single out an individual. I would put it in more collective terms and in terms of organizations. An American scholar named Fallows published, about 20 years ago, a well-known book called *News as Spectacle*. In it he demonstrated that the media actually take certain social phenomena, air them as news and ignore other issues. A cycle occurs, in that a previously preoccupying topic becomes less preoccupying when another topic arises.

The wheel goes around. You could talk about same-sex marriages or capital punishment. Any topic returns regularly. There are five-year, ten-year, twenty-year circles. This is called the agenda-setting process.

It is important that we have very few means as a society to make news media really respect the right of the people to know. There have been initiatives in the United States and in other countries to integrate the public more into the process of the making of news.

[Translation]

It is a new kind of citizen journalism that is beginning to appear. These are groups of citizens, popular groups or community organizations which sit on an editorial committee to define the subjects of files or long-term investigations that will be assigned to this group of journalists in the room.

It is an interesting approach in which these media companies can receive suggestions from the public and ordinary citizens who put journalists on to subjects that they will not necessarily look into. It will also convince their bureau chiefs and news managers to attach importance to those subjects.

Many journalists in the newsrooms dream of working on major issues, which will suggest subjects for stories that will not be heard by their supervisors. Involving the public in this exercise may give more weight to those journalists who are still passionate about the news.

[English]

**The Chairman:** Listening to Senator Merchant, I was reminded of an editor I had many years ago who said that the job of a journalist is to give the public all information that the public will sit still for. There is also the question of the public.

journalistes en ont fini, elle reste la question de l'heure. Les journalistes peuvent déterrer une question et en faire la une. Il n'y a peut-être rien de mal à agir de la sorte, mais ce n'est pas l'unique question à laquelle les gens peuvent s'intéresser.

J'aimerais revenir sur le droit du public à l'information dont vous avez parlé. Le public n'a pas accès à une information précise. À cause de leur non-objectivité, les journalistes font de certaines questions les questions de l'heure. Étant donné que les sources de médias sont peu nombreuses, le public a constamment accès à la même opinion.

**Mme Saint-Jean:** Je ne vais pas désigner quiconque en particulier, mais plutôt aborder la question de façon plus collective et en termes d'organisation. M. Fallows, universitaire américain, a publié il y a près de 20 ans un livre très connu intitulé *News as Spectacle*. Il y démontre que les médias s'emparent de certains phénomènes sociaux, en font des nouvelles et laissent de côté les autres questions. Un cycle s'enclenche, vu qu'un thème auparavant préoccupant le devient moins, lorsqu'un autre apparaît.

La roue tourne. On pourrait parler du mariage de même sexe ou de la peine capitale. N'importe quel thème revient régulièrement. Il s'agit de cycles de cinq, dix, vingt ans et c'est ce qu'on appelle le processus d'établissement de l'ordre du jour.

Il est important de souligner qu'en tant que société, nous avons très peu de moyens pour faire en sorte que les médias respectent véritablement le droit des gens de savoir. Les États-Unis et d'autres pays ont lancé des initiatives visant à faire davantage participer le public au processus du journalisme.

[Français]

C'est un nouveau genre de journalisme citoyen qui commence à apparaître. Ce sont des groupes de citoyens, des groupes populaires ou des organisations communautaires qui participent à un comité éditorial pour définir quels sont les sujets de dossiers ou d'enquêtes de longue haleine que l'on va confier à cette partie de journalistes dans la salle.

C'est une approche intéressante où ces entreprises de presse risquent d'avoir des suggestions de la part de la population et des citoyens ordinaires qui vont pister les journalistes vers des sujets qu'ils ne traiteraient pas nécessairement. Cela va aussi convaincre leur chef de pupitre et leur directeur de l'information de donner de l'importance à ces sujets.

Dans les salles de rédaction, beaucoup de journalistes rêvent de faire de grands dossiers, qui vont suggérer des sujets de reportage et qui ne sont pas entendus par leur supérieur. De mêler la population à cet exercice risque de donner plus de poids à ces journalistes encore animés par le feu sacré de l'information.

[Traduction]

**La présidente:** J'écoute le sénateur Merchant et ce qu'il dit me rappelle un rédacteur qui affirmait il y a bien longtemps que le travail du journaliste consiste à donner au public toute l'information qu'il est prêt à recevoir. Il y a donc également la question du public.

[Translation]

**Senator LaPierre:** When you come from Sherbrooke, you have to let people know. It is really important. It is as beautiful as Yellowknife or Yellowknife is as beautiful as Sherbrooke.

[English]

The kids in the neighbourhood where the little girl was kidnapped in her sleep are sitting with radios to their ears. We discovered, when I did some work for the CRTC in 1992 —

[Translation]

Kids are afraid when they see violence on television and they are touched by it.

[English]

I think that they are now doing this. I understand, Madame, that —

[Translation]

... when you talk about information, you're also talking about public affairs, as it was called in my time. Is it still public affairs?

**Ms. Saint-Jean:** That is correct. Public affairs, which I have been involved in like you.

**Senator LaPierre:** For your information, on the subject of media education, there is a national association in Ottawa that handles that. There is a marvellous Jesuit in that association. There is also CHUM — their centre is located in London, Ontario — and Access Information, which do a lot of media education work.

There is an idea market. That market requires a number of players in order to be able to distribute the largest number of ideas so as to represent them to the public and to discuss them. Media concentration weakens the quality of the idea market. When I advance that argument, people say: "But you're nuts."

When I did television, there were two channels; now there are 100,000. People have all the diversity of information and public affairs possible. Press and media concentration has nothing to do with that. If they do not like CanWest Global, they switch to another channel because there is so much diversity. What do you think of that?

**Ms. Saint-Jean:** You are right. I share your opinion that the concentration of media ownership weakens that market, that is to say that vision that we have of information as the main square in the village where ideas are exchanged.

The unfortunate thing is that the absolutely orthodox supporters of the position of the main square for ideas are completely opposed to all forms of intervention designed to put a brake on a movement that plays against their main foundation. We fall into the argument of who controls whom or what. We cannot get out of it.

[Français]

**Le sénateur LaPierre:** Lorsque l'on vient de Sherbrooke, il faut le laisser savoir à l'humanité. C'est bien important. C'est aussi beau que Yellowknife ou Yellowknife est aussi beau que Sherbrooke.

[Traduction]

Les enfants du quartier où la petite fille a été kidnappée dans son sommeil passent leur temps à écouter la radio. Nous nous sommes aperçus, lorsque j'ai fait du travail pour le CRTC en 1992...

[Français]

Les enfants ont peur lorsqu'ils voient de la violence à la télévision et ils en sont touchés.

[Traduction]

Je crois que c'est ce qui se passe pour eux en ce moment. Si je comprends bien, madame,...

[Français]

... quand vous parlez de l'information, vous parlez aussi des affaires publiques comme on le disait dans mon temps. Sont-ce encore les affaires publiques?

**Mme Saint-Jean:** C'est exact. Affaires publiques que j'ai pratiquées tout comme vous.

**Le sénateur LaPierre:** Pour votre information, au sujet de l'éducation de médias, il y a une association nationale à Ottawa qui s'en occupe. Il y a un jésuite merveilleux à cette association. Il y a aussi CHUM, leur centre est situé à London Ontario et Access Information, qui font beaucoup de travail sur l'éducation de médias.

Il y a un marché des idées. Ce marché demande plusieurs joueurs afin de pouvoir distribuer le plus grand nombre d'idées pour les présenter au public et en discuter. La concentration des médias affaiblit la qualité du marché des idées. Lorsque je fais cet argument on me dit: «but you are nuts».

Lorsque je faisais de la télévision, il y avait deux canaux, maintenant il y en a 100 000. Les gens ont toute la diversité de l'information et des affaires publiques possibles. La concentration de la presse et des médias n'a rien à faire avec cela. S'ils n'aiment pas CanWest Global, ils vont prendre un autre canal parce qu'il y a tellement de diversité. Qu'en pensez-vous?

**Mme Saint-Jean:** Vous avez raison. Je partage votre opinion que la concentration de la propriété des médias affaiblit ce marché, c'est-à-dire, cette vision que nous avons de l'information comme étant la place centrale du village où s'échange les idées.

Le malheur est que les tenants orthodoxes absolus de la position de la place centrale des idées sont totalement opposés à toutes formes d'interventions pour freiner un mouvement qui joue contre leur assise principale. Nous tombons dans l'argument de qui contrôle qui ou quoi. On ne s'en sort pas.



We were looking for solutions that appear to exist elsewhere. One of the things that exists in Canada and that I think we must absolutely preserve is public television and broadcasting systems.

There is a balance and counterweight safeguard and a quality guarantee to the extent that political and governmental authority continues to provide that public business with the necessary resources to carry out its mandate.

At Radio-Canada, I hear a lot of concerns that budget cuts and rationalizations have a direct effect on quality of information and the manner in which journalism is practised.

That disturbs me a great deal. It is not new. You have been aware of the situation for a number of years. I deplore the fact that we do not hear more demands and claims on the subject. Governments would do well to be very closely monitored by public opinion on the question.

The orthodox supporters of the idea market theory take a dim view of public broadcasting and news businesses, which they consider as players that distort the ground rules.

You can have a very liberal vision of information within the meaning of the fundamental freedoms and all the bases of society from the Enlightenment down to contemporary society without necessarily going to extremes.

**Senator LaPierre:** Tell me about the Internet. Young people are on the Internet nearly 23 hours a day. The Internet will obviously one day be the only source of news, public affairs information and information on all the other subjects Senator Gustafson was talking about.

The Internet is becoming the key instrument for information, relations, visions and values that young people receive. The Internet is now part of the media.

[English]

They may be new media, but they are getting to be pretty long-in-the-tooth media.

[Translation]

You studied the impact of the Internet on access to information in your report.

**Ms. Saint-Jean:** We did not have time to examine that aspect. In the universities now, when students are asked to write term papers, they are now required to include more than Web sites in their sources and documentation, and we are forced to compel them to consult those very old media: books, scientific journals and other paper sources. I have seen student papers which cite only Web sites as references. They are forced to go back into that medieval world that they do not come from.

Nous cherchions des solutions qui existeraient ailleurs. Une des choses qui existe au Canada et que l'on doit, à mon avis, absolument préserver sont les systèmes publics de télévision et de radiodiffusion.

Il y a une sauvegarde d'équilibre et de contrepoids en même temps qu'une garantie de qualité dans la mesure où l'autorité politique et gouvernementale continue de fournir à cette entreprise publique les ressources nécessaires à la réalisation de son mandat.

À Radio-Canada, j'entends beaucoup de préoccupations voulant que les réductions et les rationalisations budgétaires ont un effet direct sur la qualité de l'information et sur la façon dont le journalisme est pratiqué.

Cela m'inquiète beaucoup. Ce n'est pas nouveau. On est au courant de la situation depuis plusieurs années. Je déplore que l'on n'entende pas plus de revendications et de réclamations à ce sujet. Les gouvernements auraient avantage à être très suivis par l'opinion publique sur cette question.

Pour les tenants orthodoxes de la théorie du marché des idées, les entreprises publiques de radiodiffusion ou d'information ne sont pas bien vues. Elles sont prises pour des joueurs qui faussent les règles du jeu.

On peut avoir une vision très libérale de l'information au sens des libertés fondamentales et de tous les fondements de la société depuis le Siècle des lumières jusqu'aux sociétés contemporaines sans nécessairement aller aux extrêmes.

**Le sénateur LaPierre:** Parlez-moi d'Internet. Nos jeunes sont branchés sur Internet presque 23 heures sur 24. Il est évident qu'un jour Internet sera la seule source d'informations en affaires publiques, en informations et sur tous les autres sujets dont parlait le sénateur Gustafson.

L'Internet devient l'instrument clé de sources d'informations, de relations, de visions, de valeurs que les jeunes reçoivent. L'Internet fait partie maintenant des médias.

[Traduction]

C'est peut-être un nouveau média, mais il n'est plus vraiment de la première jeunesse.

[Français]

Vous avez étudié dans votre rapport l'impact de l'Internet sur l'accès à l'information.

**Mme Saint-Jean:** Nous n'avons pas eu le temps de nous pencher sur cet aspect. Dans les universités maintenant, lorsque l'on demande des travaux de session aux étudiants, on exige que leurs sources de référence et de documentation n'incluent pas uniquement des sites Internet et nous sommes obligés de les forcer à consulter ces très vieux médias que sont les livres, les revues scientifiques et autres sources papiers. J'en ai vu des travaux d'étudiants qui ne citent, comme référence, que des sites Internet. On les oblige à aller dans ce monde moyenâgeux dont ils ne sont pas issus.



Even though I agree with you about the phenomenal impact of the Internet and its consequences for information balance, I try to reassure myself by saying that, when radio arrived, people feared that it would make the dailies disappear. When television appeared, they were afraid it would be the end of radio and, as a result, of the dailies.

Fifty years later, we realize that the dailies still exist, in different form, of course, but they are there, radio still exists, and television also provides information. So I figure that, once this fascination we are witnessing has passed, we will probably come to a balance in which the Internet will be part of a broader media landscape. I agree with you that that must be taken into account.

**The Chair:** We have 15 minutes left, and I have three persons for the second round.

**Senator LaPierre:** Further to a question that follows from that of Senator Corbin, during the Iraq crisis, we essentially realized that the vast majority of people who use English watched CNN or NBC, and they came to an understanding of or an attitude toward the Americans in Iraq that people in Quebec, who watched TV5 or Radio-Canada — because those were the only sources they had in their language — did not have.

One party leader in the United States said that the vast majority of Canadians were in favour of Canada's participation in the Iraq war, but that Quebec was not, as though it was not part of the vast majority of Canadians.

That showed a culture gap because of the supply of information. Do you believe that was merely a spontaneous phenomenon that will not reoccur?

**Ms. Saint-Jean:** I believe we observed these cultural differences with varying degrees of direct media influence on all the major issues that have been raised in Canada for many years now and that cultural differences run much deeper than media watching differences.

**Senator Corbin:** The case of *Le Soleil* in Quebec City has already been referred to the committee. I do not know how familiar you are with the act that prevented the take-over of that newspaper. I am not familiar with all the details of the act. If you studied the case of *Le Soleil* of Quebec City, I would like to have your particular perspective in the context of press ownership concentration.

**Ms. Saint-Jean:** You are referring to an episode in the unusual history of the media in Quebec. There was no act preventing the purchase or sale of *Le Soleil* in the 1970s.

What we know from local history is that Mr. Desmarais, the owner of Gesca, was interested in buying *Le Soleil* and that his good friend, the premier of Quebec at the time, Robert Bourassa, had dissuaded him from doing so.

Même si je suis d'accord avec vous quant à l'impact phénoménal d'Internet et des conséquences sur l'équilibre de l'information, j'essaie de me rassurer en me disant que quand la radio est arrivée, on a craint qu'elle ne fasse disparaître les quotidiens. Quand la télévision est apparue, on a craint qu'elle ne fasse disparaître la radio et, du même coup, les quotidiens.

Cinquante ans plus tard, on se rend compte que les quotidiens existent encore, différents certes mais ils sont là, la radio existe encore, la télévision apporte également de l'information. Donc, je me dis qu'une fois passé cet engouement auquel on assiste, on arrivera probablement à un équilibre où l'Internet se situera dans un paysage élargi de médias d'information. Il faudra en tenir compte, je suis bien d'accord avec vous.

**La présidente:** Il nous reste 15 minutes et j'ai trois personnes pour la deuxième ronde.

**Le sénateur LaPierre:** Pour faire suite à une question qui ressort de celle du sénateur Corbin: durant la crise de l'Irak, on s'est aperçu essentiellement que les gens qui utilisent l'anglais, en grande majorité, regardaient CNN ou NBC, et ils sont arrivés à une compréhension ou une attitude envers les Américains en Irak que les gens du Québec, qui écoutaient TV5 ou Radio-Canada — parce que c'étaient les seules sources d'alimentation qu'ils avaient dans leur langue — n'avaient pas.

Un chef de parti aux États-Unis a dit que la grande majorité des Canadiens était en faveur de la participation du Canada à la guerre en Irak, mais que le Québec ne l'était pas, comme s'il ne faisait pas partie de la grande majorité des Canadiens.

Cela a démontré un hiatus entre les cultures, à cause de l'alimentation de l'information. Croyez-vous que ce n'était qu'un phénomène spontané qui ne se représentera pas?

**Mme Saint-Jean:** Je crois que ces différences de cultures, on les a observées avec plus ou moins d'influence directe des médias, sur toutes les grandes questions qui se sont posées au Canada depuis de nombreuses années et que les différences culturelles sont beaucoup plus profondes que simplement des questions de fréquentation de médias.

**Le sénateur Corbin:** On a déjà mentionné au comité le cas du *Soleil* de Québec. Je ne sais pas à quel point vous êtes familière avec la loi qui a empêché la main-mise sur ce journal. Je ne connais pas tous les détails de la loi. Si vous avez étudié le cas du *Soleil* de Québec, j'aimerais avoir votre perspective particulière dans le contexte de la propriété de la concentration de la presse.

**Mme Saint-Jean:** Vous faites référence à un épisode de l'histoire folklorique des médias au Québec. Il n'y a pas de loi qui a empêché l'achat ou la vente du *Soleil* dans les années 1970.

Ce que l'on sait de la petite histoire, c'est que M. Desmarais, propriétaire de Gesca, était intéressé à acheter le *Soleil*, et que son bon ami, le premier ministre du Québec de l'époque, Robert Bourassa, l'avait dissuadé de le faire.

They came to that conclusion on the basis of a friendly agreement. There was no act prohibiting that transaction. That was discussed in parliamentary committees, but the transaction was never prohibited.

Two years ago, Gesca acquired *Le Soleil*, buying it from Hollinger, which owned it at the time.

**Senator Corbin:** One witness told us that an act had been passed by the National Assembly.

**The Chair:** There is an act respecting *La Presse* from the nineteenth century.

**Senator Corbin:** I am talking about recent history.

**The Chair:** In the case of *Le Soleil*, I do not believe so. According to local history, there was political intervention, but no act.

**Senator Corbin:** I would like this act business to be clarified. I thought I understood that a witness told us a few weeks or months ago that the National Assembly had in fact taken legislative action.

**The Chair:** We will check that.

**Senator Corbin:** If that is the case, we should examine that way of doing things and possibly apply it to New Brunswick, where a major financial interest controls a large portion of the media, whereas not a single politician has spoken out against this kind of acquisition and press concentration, something I find absolutely scandalous.

What kind of inter-university or inter-academic cooperation is there between the University of Sherbrooke and, for example, institutions such as the University of Moncton in the area we are concerned with?

**Ms. Saint-Jean:** It exists on an individual basis between persons who have common interests and who carry out research projects. To my knowledge, there is no protocol for collaboration between the University of Sherbrooke and the University of Moncton in the humanities and social sciences, the field to which I belong.

**Senator Corbin:** May I encourage you to consider avenues for cooperation between our two universities?

**Ms. Saint-Jean:** You can tell my colleagues at the University of Moncton when you meet them that they are welcome at our university and that we will be pleased to accept their invitation.

[English]

**Senator Graham:** Your report emphasizes the right of the public to information. Several times today in your presentation you have used the words "collective responsibility." Senators Gustafson and LaPierre have talked about the influence of the Internet. Your book examines 40 years of journalism in Quebec, so you come to us as a journalist and as a professor.

C'est sur une base d'entente amicale qu'ils sont arrivés à cette conclusion. Il n'y a pas de loi qui a interdit cette transaction. On en a discuté dans des commissions parlementaires, mais la transaction n'a jamais été interdite.

Il y a deux ans que la compagnie Gesca s'est portée acquéreur du *Soleil*, le rachetant d'Hollinger, qui en était propriétaire à cette époque.

**Le sénateur Corbin:** Un témoin nous a dit qu'il y avait eu une loi adoptée par l'Assemblée nationale.

**La présidente:** Il y a une loi pour le journal *La Presse* qui date du XIX<sup>e</sup> siècle.

**Le sénateur Corbin:** Je parle d'histoire récente.

**La présidente:** Dans le cas du *Soleil*, je ne crois pas. Il y a eu, selon la petite histoire, des interventions politiques, mais pas une loi.

**Le sénateur Corbin:** J'aimerais que cette question de loi soit élucidée. J'ai cru entendre un témoin nous dire, il y a quelques semaines ou quelques mois, qu'effectivement l'Assemblée nationale était intervenue par voie de législation.

**La présidente:** On vérifiera cela.

**Le sénateur Corbin:** Si c'est le cas, il y aurait lieu de se pencher sur cette façon de faire et, possiblement, d'en faire l'application au Nouveau-Brunswick où un grand intérêt financier contrôle une grande part des médias, alors que pas un seul politicien sur la scène provinciale n'a élevé la voix contre ce genre d'acquisition et de concentration de la presse; ce que je trouve absolument scandaleux.

Quel genre de coopération existe-t-il sur le plan inter-universitaire ou inter-académique entre l'Université de Sherbrooke et, par exemple, des institutions comme l'Université de Moncton, dans le domaine qui vous intéresse?

**Mme Saint-Jean:** Cela existe sur une base individuelle de personnes qui ont des intérêts communs et qui entreprennent ensemble des projets de recherche. À ma connaissance, il n'y a pas de protocole de collaboration entre l'Université de Sherbrooke et l'Université de Moncton, en ce qui concerne les sciences humaines et sociales, secteur auquel j'appartiens.

**Le sénateur Corbin:** Est-ce que je peux vous inciter à examiner des avenues de coopération entre nos deux universités?

**Mme Saint-Jean:** Vous pourrez transmettre à mes collègues de l'Université de Moncton, quand vous les rencontrerez, qu'ils sont les bienvenus chez nous et que l'on accueillera leur invitation avec grand plaisir.

[Traduction]

**Le sénateur Graham:** Dans votre rapport, vous soulignez le droit du public à l'information. À plusieurs reprises aujourd'hui dans votre exposé, vous avez utilisé l'expression «responsabilité collective.» Les sénateurs Gustafson et LaPierre ont parlé de l'influence de l'Internet. Votre livre se penche sur 40 années de journalisme au Québec, par conséquent vous êtes ici en tant que journaliste et professeure.



I want to talk about the responsibility of the education system to inform our students and encourage them to be more aware of what is going on in their province, in their country and in the world.

Do they get that adequately from the Internet, or should we have a responsibility through the education system, which is mostly publicly funded, to encourage our students to read newspapers? I will repeat a story I told another time, and I will do that in 30 seconds. A hundred years ago, I was a teacher in a two-room, rural school where I taught grades 6 to 11 in the same room. One thing I did was to encourage the students to talk about current affairs. Most of the farmhouses did not have a subscription to the *Halifax Chronicle-Herald*, which was the provincial newspaper.

Two weeks after I arrived, every household in that farming community was subscribing to the *Chronicle-Herald*. I was absolutely amazed by the beneficial influence it had on the students in terms of their local, provincial, national and international awareness.

Do our students receive the same kind of information from the Internet today? Are students today as aware as the students of 20 to 40 years ago, or are they more aware, of what is going on in the world?

**Ms. Saint-Jean:** I cannot say if they are more or less aware, but I do know that they are unaware. I do not know to what extent we were aware when we were schoolchildren, but I agree with you and I like your story. We should emphasize the importance of the responsibility that teachers have toward schoolchildren. This is key in the solution to increasing the quality and diversity of information in Canada and to relying more on media education programs. Earlier, I mentioned that some countries, such as Argentina, have invested a great deal of time, energy and money in introducing media education at a very early age. Schoolchildren are encouraged to become familiar with the newspaper and to use it for a variety of purposes. As the children grow, they retain the link that has developed with newspapers. Although teachers cannot ensure that all households subscribe to newspapers, they certainly can take responsibility in encouraging children to become steady readers of newspapers and citizens who want to be informed of events in their home country.

**Senator Spivak:** I will be brief. Senator Graham raised the question of the importance of education, which is a key factor. Some students do not study history throughout their education. However, it is not all black, because some students are smart as can be, thanks to the Internet. My grandson is a hockey fiend, knows the top 40, is reading *Life of Pi* and is learning to write very well, but this is at a private school.

We are straying from the topic a little, but does the literature mention an examination of the left side and the right side of the brain? Are these kids exercising both sides equally when they use the Internet? Should we look at this in our education system? I

J'aimerais parler du système d'enseignement et du fait qu'il lui incombe d'informer nos élèves et de les encourager à avoir une meilleure connaissance de ce qui se passe dans leur province, dans leur pays et dans le monde.

Obtiennent-ils suffisamment d'information de l'Internet ou le système d'enseignement devrait-il avoir une responsabilité à cet égard — puisqu'il est essentiellement financé par les fonds publics — et ne devrait-il pas encourager nos élèves à lire les journaux? Je me permets de reprendre ici une histoire que j'ai déjà racontée; donnez-moi seulement 30 secondes. Il y a une centaine d'années, j'enseignais dans une école rurale des élèves de la 6<sup>e</sup> à la 11<sup>e</sup> années, dans la même pièce. Je les encourageais, entre autres choses, à parler des actualités. La plupart des foyers d'agriculteurs n'étaient pas abonnés au *Halifax Chronicle-Herald*, le journal de la province.

Deux semaines après mon arrivée, chacun des foyers d'agriculteurs s'était abonné au *Chronicle-Herald*. J'ai été abasourdi par l'influence positive du journal sur la prise de conscience des élèves quant aux nouvelles locales, provinciales, nationales et internationales.

L'Internet transmet-il le même genre d'information aux élèves d'aujourd'hui? Ont-ils autant conscience — ou plus conscience — de ce qui se passe dans le monde que les élèves d'il y a 20 ou 40 ans?

**Mme Saint-Jean:** Je ne sais pas s'ils en ont plus ou moins conscience, mais je sais par contre qu'ils ignorent beaucoup de choses. Je ne sais pas dans quelle mesure nous étions au courant de ce qui se passait lorsque nous étions enfants, mais je suis d'accord avec vous et votre histoire me plaît bien. Nous devrions souligner l'importance de la responsabilité qu'ont les enseignants à l'égard des élèves, car c'est ce qui permettrait d'augmenter la qualité et la diversité de l'information au Canada et de s'appuyer davantage sur les programmes d'enseignement des médias. Un peu plus tôt, j'ai indiqué que certains pays, comme l'Argentine, consacrent beaucoup de temps, d'énergie et d'argent à l'enseignement des médias aux enfants très jeunes. On y encourage les élèves à lire le journal et à l'utiliser à diverses fins. Au fur et à mesure qu'ils grandissent, ils se souviennent du lien établi avec les journaux. Même si les enseignants ne peuvent pas s'assurer que toutes les familles s'abonnent aux journaux, ils peuvent certainement prendre la responsabilité d'encourager les enfants à devenir des lecteurs réguliers de journaux et des citoyens qui veulent être informés de ce qui se passe dans leur pays.

**Le sénateur Spivak:** Je vais être brève. Le sénateur Graham a soulevé la question de l'importance de l'enseignement, qui est un facteur clé. Certains élèves n'étudient pas l'histoire au cours de leurs études. Toutefois, tout n'est pas si noir, car certains sont aussi intelligents que possible grâce à l'Internet. Mon petit-fils qui est un mordu du hockey connaît les quarante premières places du palmarès, lit le roman *Life of Pi* et apprend à écrire très bien, mais il faut dire qu'il fréquente une école privée.

Nous nous écartons légèrement du sujet, mais est-il fait mention dans les travaux de recherche du côté gauche et du côté droit du cerveau? Ces enfants exercent-ils ces deux côtés de la même façon lorsqu'ils utilisent l'Internet? Devrions-nous nous



know this is very esoteric, and we may need psychologists to help us on this because I think it is a key point. How will we influence the awareness of our young people?

**Ms. Saint-Jean:** I am sorry, Senator Spivak, but this is beyond my field of expertise. I could not give you a proper answer to your question.

However, I think that the Internet can be both a wonderful tool, if it enhances awareness and fluency, and a monstrous thing, if it is the only source of information, entertainment, communication, correspondence, et cetera. I tend to think positively about the Internet so I believe that things will settle down when this relatively new device finds its place. We are in an extreme situation right now because it is so new and has such a tremendous power of attraction for young kids. Perhaps things will calm down and something else may be forthcoming to counterbalance its influence.

**The Chairman:** I have several more questions that I may put in a letter to you.

**Ms. Saint-Jean:** Please do.

**The Chairman:** If you have additional comments for the committee, could you write to us? We would be grateful. People raise the topic of the impact of fragmentation of markets on the financial health of journalistic enterprises. It is suggested that that is one reason one sees growth in the concentration of ownership in some sectors. It is essentially a defence against the fragmentation of markets created by myriad channels and the Internet. Do you have a comment on that issue to share with the committee?

**Ms. Saint-Jean:** I would gladly write a letter in answer to this question because it is an involved topic. The issue of fragmentation of markets was perceived as early as the 1970s and 1980s, when there appeared to be a major trend against generalist and in favour of specialized media. This occurred much more in the magazine trade than in daily newspapers or television stations. However, when one looks at a newspaper today, one can easily see that it has specialized areas.

*[Translation]*

These are sections of the newspaper that target very specialized segments of the readership. I believe this trend in information specialization is a strong and lasting one.

In other words, few things now are not part of a specialized sector because things are becoming more complex. Reality is becoming more complex, politics, economics, business, everything now is so complex that we can no longer expect general interest to embrace all those sectors.

On the other hand, we observe a phenomenal rise in the news items sector. These items include car crashes, dogs that have been run over, accidents, murders, minor police matters. How can this

pencher sur cette question par rapport à notre système d'enseignement? Je sais que c'est très ésotérique et qu'il nous faudrait peut-être des psychologues pour nous aider sur ce point, mais je pense que c'est un élément clé. Comment pouvons-nous influencer sur la prise de conscience de nos jeunes?

**Mme Saint-Jean:** Je suis désolée, sénateur Spivak, mais votre question dépasse le champ de mes compétences et je ne pourrais pas y répondre.

Toutefois, je crois que l'Internet peut être à la fois un outil merveilleux, s'il améliore les connaissances et la maîtrise des choses, mais aussi un média monstrueux, s'il n'est que l'unique source d'information, de loisirs, de communication, de correspondance, et cetera. Comme j'ai tendance à juger l'Internet de manière positive, je crois que les choses vont se calmer dès lors que cette technologie relativement nouvelle trouvera sa place. Nous nous trouvons dans une situation extrême à l'heure actuelle, vu la nouveauté de l'Internet qui attire considérablement les jeunes. Peut-être les choses vont-elles se calmer et qu'une autre technologie apparaîtra pour faire contrepoids à son influence.

**La présidente:** J'ai plusieurs autres questions que je pourrais vous transmettre par écrit.

**Mme Saint-Jean:** N'hésitez pas.

**La présidente:** Si vous avez des observations supplémentaires à faire pour le comité, pourriez-vous nous les faire par écrit? Nous vous en remercions. Les gens soulèvent le thème de l'impact de l'atomisation des marchés sur la santé financière des entreprises des médias. Ce serait une des raisons expliquant la croissance de la concentration des médias dans certains secteurs. C'est essentiellement un mécanisme de défense contre l'atomisation des marchés créée par une myriade de chaînes et par l'Internet. Avez-vous une observation à faire à ce sujet?

**Mme Saint-Jean:** Je me ferais un plaisir de répondre par écrit à cette question, qui est fort complexe. La question de l'atomisation des marchés a surgi dès le début des années 70 et 80 lorsqu'est apparue une tendance contre les médias généralistes et en faveur des médias spécialisés. C'est ce qui s'est produit, plus dans les magazines que dans les journaux ou les stations de télévision. Toutefois, il suffit de lire un journal aujourd'hui pour s'apercevoir qu'il comporte des sections spécialisées.

*[Français]*

Ce sont des sections du journal qui ciblent des portions très spécialisées du lectorat. Je crois que cette tendance à la spécialisation de l'information est une tendance lourde et durable.

Autrement dit, il y a très peu de choses qui ne font pas partie maintenant d'un secteur spécialisé parce que les choses se complexifient. La réalité devient plus complexe, la politique, l'économie, le commerce, tout est maintenant tellement complexe qu'on ne peut plus s'attendre à ce que l'intérêt général couvre tous ces secteurs.

En contrepartie, on observe un déploiement phénoménal du secteur des faits divers. Les faits divers, ce sont les collisions, les chiens écrasés, les accidents, les meurtres, les choses triviales de la

phenomenal increase in news items be explained simply as a counterweight to the mandatory information specialization that is occurring in all types of media?

We have the two extremes. I would not say that the media that focus on news items do so for lack of a broader field to cover such as general information. However, I can say that what used to be called general information 30 or 40 years ago has become something quite limited.

Today, and I am coming back to the idea of the citizen society to maintain citizens' role relative to information, ways must be found to simplify and popularize many things which are very complex.

**The Chair:** Which I know is only a start to your thinking on the subject.

**Ms. Saint-Jean:** I will be pleased to write you in response to that.

**The Chair:** Thank you for your presentation, which was extremely interesting. It is not every day that the senators applaud a witness here.

The committee adjourned.

---

OTTAWA, Thursday, October 23, 2003

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 9:48 a.m. to examine the current state of Canadian media industries; emerging trends and developments in these industries; the media's role, rights, and responsibilities in Canadian society; and current and appropriate future policies relating thereto.

**Senator Joan Fraser** (Chairman) in the Chair.

[English]

**The Chairman:** Welcome, to the witnesses, members of the public and television viewers. This Standing Senate Committee on Transport and Communications meeting is being held to continue our examination of the appropriate role of public policy in helping to ensure the Canadian news media remain healthy, independent and diverse in light of the tremendous changes that have occurred in recent years, notably globalization, technological change, convergence and increased concentration of ownership.

[Translation]

I would like to welcome our witnesses from the Canadian Broadcasting Corporation. I am sure their comments will be of great interest to senators. Today, we will be proceeding in a slightly different fashion. Our witnesses have been divided into two separate panels.

police. Comment expliquer cette explosion phénoménale des faits divers simplement par le contre poids à la spécialisation obligatoire de l'information qui survient dans tous les types de médias?

On a les deux extrêmes. Je ne dirais pas que les médias d'information qui donnent beaucoup dans le fait divers le font par défaut d'avoir un plus grand champ à couvrir comme information générale. Cependant, je peux observer que ce qu'on appelait, il y a 30 ou 40 ans, l'information générale, est devenue quelque chose de très restreint.

Aujourd'hui, et j'en reviens à l'idée de la société citoyenne pour entretenir le rôle des citoyens par rapport à l'information, il faut trouver des moyens de simplifier et de vulgariser beaucoup de choses qui sont très complexes.

**La présidente:** Ce qui ne fait, je sais, que commencer votre pensée à ce sujet.

**Mme Saint-Jean:** Il me fera plaisir de vous écrire en réponse à cela.

**La présidente:** Merci de votre présentation qui a été extrêmement intéressante. Ce n'est pas toujours que les sénateurs applaudissent un témoin ici.

Le séance est levée.

---

OTTAWA, le 23 octobre 2003

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 9 h 48 pour examiner l'état actuel des industries de médias canadiennes; les nouvelles tendances et les faits nouveaux au sein de ces industries; le rôle, les droits et les responsabilités des médias dans la société canadienne; et les politiques actuelles et futures appropriées par rapport à ces industries.

**Le sénateur Joan Fraser** (*présidente*) occupe le fauteuil.

[Traduction]

**La présidente:** Bienvenue à nos témoins, aux citoyens et aux téléspectateurs. Cette réunion du Comité sénatorial permanent des transports et des communications est convoquée en vue de poursuivre notre examen du rôle approprié des politiques gouvernementales dans le maintien d'une industrie médiatique canadienne saine, indépendante et diversifiée, vu les changements très importants qui se sont produits ces dernières années, changements amenés par la mondialisation, les progrès techniques, la convergence et la concentration accrue de la propriété du capital-actions dans ce secteur.

[Français]

Nous accueillons des représentants de la Société Radio-Canada. Ces témoins vont susciter beaucoup d'intérêt de la part des sénateurs. Aujourd'hui, nous allons procéder de façon un peu différente. Nous allons entendre les témoins en deux tables rondes.



[English]

From the Canadian Broadcasting Corporation, CBC, we shall hear from Carole Taylor, who is Chair of the Board of Directors and Robert Rabinovitch, who is the president and CEO. They will give introductory remarks and we will have opportunity for questions. At this stage, we will be introducing the larger corporate issues such as funding, accountability and the role of the public broadcaster in Canada.

[Translation]

At about 11:15, we will begin our second panel, which will address specific news and information-related issues in various areas of the CBC's operations. We will also be hearing from senior managers representing Radio-Canada.

[English]

We begin with Ms. Taylor and Mr. Rabinovitch.

**Ms. Carole Taylor, Chair, Board of Directors, Canadian Broadcasting Corporation:** Honourable senators, I want to just say how much Radio-Canada appreciates having the opportunity to appear before you at this committee.

[Translation]

It is our pleasure to speak before you on such an important subject, one that touches our lives both at a professional and personal level.

[English]

You have heard and you have seen for yourselves that Canada's media industries have been going through a very rapid transformation in technology, ownership and in convergence. Private broadcasters say they need to pursue convergence in order to remain strong. The Canadian industry comprises more than just the privates. If we want a strong industry, it is the entire industry that needs to be strong, both private and public.

Why is this important? A healthy media depends on multiple voices, different opinions. It is one thing people in this country have always been proud of about their media. When Canadians have access to the widest range of stories and issues covered from different points of views, they can then judge for themselves what is important. They can decide what they think about the issues that affect their lives. Without a balance of multiple viewpoints from both public and private institutions, Canadians lose confidence in what they are told. They lose faith in their institutions.

[Traduction]

Du réseau anglais de la Société Radio-Canada, soit la CBC, nous recevons Carole Taylor, présidente du Conseil d'administration, ainsi que Robert Rabinovitch, président-directeur général de la Société. Ils auront des remarques liminaires à faire avant que nous leur posions des questions. À cette étape de notre examen, nous commencerons à examiner des questions plus générales, telles que le financement, la responsabilisation, et le rôle du radiodiffuseur public du Canada.

[Français]

Vers 11 h 15 nous aurons une deuxième table ronde. Nous traiterons des questions liées aux nouvelles et aux informations dans les divers champs d'action de la Société Radio-Canada. Nous entendrons les cadres responsables de ces domaines à Radio-Canada.

[Traduction]

Nous allons donc entendre en premier lieu Mme Taylor et M. Rabinovitch.

**Mme Carole Taylor, présidente, conseil d'administration, Société Radio-Canada:** Honorables sénateurs, je tiens à vous dire à quel point la Société Radio-Canada est heureuse d'avoir l'occasion de comparaître devant le comité.

[Français]

C'est un grand plaisir pour nous d'aborder un sujet si important, qui nous touche autant sur le plan professionnel que sur le plan personnel.

[Traduction]

Vous avez pu entendre dans le cadre de ces audiences, et vous avez constaté vous-même, que le secteur médiatique au Canada est en train de vivre une transformation rapide du point de vue de la technologie, de la propriété et de la convergence. Les radiodiffuseurs privés affirment qu'ils ont besoin de la convergence pour être forts, mais l'industrie canadienne de la radiodiffusion n'est pas uniquement composée d'entreprises privées. Si nous voulons un secteur solide, c'est toute l'industrie qui doit être solide, du privé au public.

Pourquoi est-ce important? Parce que la vitalité de l'industrie médiatique repose sur la multiplicité des voix et la variété des opinions. C'est l'un des aspects des médias dont les gens de ce pays ont toujours tiré une grande fierté. Lorsque les Canadiens ont accès à la gamme la plus diversifiée de thèmes et de sujets d'intérêt, abordés selon différents points de vue, ils peuvent juger par eux-mêmes ce qui est important pour eux et se faire une opinion sur les enjeux qui touchent leur vie. Sans une représentation équilibrée des divers points de vue — présentés par des institutions tant publiques que privées — les Canadiens n'ont plus confiance en ce qu'on leur dit; ils ne se fient plus à leurs institutions.



As a former journalist, I am very proud of the consistently high quality of journalism CBC/Radio-Canada provides to Canadians. I am reminded almost every day just how important that journalism is.

Just think about the past year: wars in Afghanistan, Iraq, SARS, the summer's massive power failure, mad cow disease, forest fires in B.C, floods, and the West Nile virus. More than ever before Canadians need the best sources of news they can get. That means healthy and diverse news sources that include both private and public broadcasters.

We do not always do the same stories, nor do we do them the same way. That is how it should be. It is that balance between private and public broadcasters and the choices that we offer that has made the Canadian media industry — particularly the news industry — one of the most respected in the world. I am afraid all of us have probably been taking that balance a little bit for granted.

Almost 15 years of cuts to public broadcasting have taken their toll, especially in the regions. The cuts have not stopped. This spring \$15 million over two years was cut from the Canadian television fund, just one week before we finalized our final budget. It was only a couple of days before the board met. This past September, another \$10 million cut to CBC/Radio-Canada was confirmed. This "death by a thousand cuts" cannot continue — not if we are to do the job that Canadians want us to do.

Let me tell you what is at stake. In CBC/Radio-Canada, Canadians have a news and information source that is accountable to them — through Parliament, through the board of directors and through two independent Ombudsmen, as well as through a rigorous set of journalistic standards and practises. Canadians have a news source that is unfettered by commercial and ownership pressures and is arm's-length from government. This means that Canadians know they can trust CBC/Radio-Canada to cover the events that are important to them in a way that meets the highest standards of excellence and integrity.

*[Translation]*

CBC/Radio-Canada is not only Canada's largest news organization; it is also the only one with a presence throughout the entire country in both official languages, and eight Aboriginal languages as well. The maps we've distributed will help give you an idea of our presence. CBC English Radio has reporters in 48 communities, including six bureaus in the North. French Radio has reporters in 33 communities. English Television and French Television have reporters in 33 and 40 communities respectively, across the country.

En tant qu'ancienne journaliste, je suis très fière du journalisme de grande qualité que les réseaux à la fois anglais et français de Radio-Canada offrent aux Canadiens. Chaque jour ou presque, l'actualité me rappelle à quel point ce type de journalisme est important.

J'en veux pour preuve les événements qui se sont déroulés depuis un an: les guerres en Afghanistan et en Iraq, le SRAS, la panne d'électricité qui a paralysé une partie de l'Amérique du Nord cet été, la maladie de la vache folle, les incendies de forêt en Colombie-Britannique, et le virus du Nil occidental. Plus que jamais, les Canadiens ont besoin des meilleures sources d'information qui soient... des sources fiables et diversifiées, émanant des radiodiffuseurs publics et privés.

Nous ne parlons pas toujours des mêmes sujets et nous ne les traitons pas de la même manière, et il faut qu'il en soit ainsi. C'est cet équilibre entre secteurs public et privé, et les choix que nous offrons, qui ont fait de l'industrie médiatique au Canada, en particulier le secteur de l'information, l'une des références dans le monde. Je crois, toutefois, que nous tenons cet équilibre un peu pour acquis.

Près de 15 ans de compressions dans le milieu de la radiodiffusion publique ont laissé des traces, en particulier dans les régions. Et ce n'est pas terminé. Au printemps, le financement du Fonds canadien de télévision a été amputé de 15 millions de dollars sur deux ans, une semaine avant que CBC/Radio-Canada ne mette la dernière main à son budget pour l'exercice. Cela s'est produit à peine quelques jours avant la réunion du Conseil d'administration. Le mois dernier, des compressions supplémentaires de 10 millions de dollars ont été annoncées pour CBC/Radio-Canada. Cette situation dramatique ne peut pas durer, surtout si nous voulons répondre aux attentes des Canadiens.

Les enjeux sont les suivants. Les réseaux anglais et français de la Société Radio-Canada représentent pour les citoyens canadiens une source d'information qui leur rend des comptes par l'entremise du Parlement, du Conseil d'administration, de deux ombudsmans indépendants, et au moyen de l'application d'un ensemble strict de normes et de pratiques journalistiques. Le public a donc accès à une source d'information exempte de toutes pressions commerciales ou liées à la propriété, sans lien de dépendance avec le gouvernement. Ceci signifie que les Canadiens savent qu'ils peuvent se fier à CBC/Radio-Canada pour couvrir les événements qui sont importants pour eux, et d'une manière qui satisfait aux normes les plus élevées d'excellence et d'intégrité.

*[Français]*

CBC/Radio-Canada n'est pas seulement l'organisme d'information le plus important du pays. C'est aussi le seul à avoir une présence nationale dans les deux langues officielles ainsi que dans huit langues autochtones. La carte que vous avez entre les mains vous donnera une idée de notre présence. La radio anglaise a des journalistes dans 48 communautés, dont six bureaux dans le Nord. La Radio française a des journalistes dans 33 communautés. Les réseaux français et anglais de télévision ont chacun des journalistes dans 33 et 40 communautés du pays.

*[English]*

No other Canadian broadcaster has that many news bureaus and journalists that are situated outside our major cities in places such as Kelowna, B.C., where we have just seen those forest fires; in Saguenay, Quebec where one of Canada's leader employers, Alcan, is making a major investment; in Brandon, Manitoba where that continuing drought is threatening the livelihood of so many people; and in Goose Bay where CBC Radio-Canada brought national awareness to the plight of the native communities there.

This is what Canadians tell us is important to them: It is their community; it is their region. I am proud to tell you that fully half of our Canadian programming across all of CBC/Radio-Canada services has a regional connection. Roughly 40 per cent of our total operating budget is spent in the regions or in support of regional activities. In the case of radio, we are spending more than 60 per cent in the regions in both official languages. That is 2,000 hours of programming per week.

It is also important that we bring the world to Canada through Canadian eyes. This one is really important to me. CBC/Radio-Canada foreign correspondents operate out of New York, Washington and Rio de Janeiro covering the Americas; in London, Paris, and Moscow, covering Europe; in Dakar, covering Africa; and in Jerusalem, Cairo, Amman, Bangkok and Beijing, covering the far and Middle East.

We have 12 foreign bureaus. No other Canadian broadcaster dedicates as many resources or has as many journalists on the ground as CBC/Radio-Canada. I cannot over-emphasize how important this is. I believe we simply cannot rely on another country's news report that Canada and Canadians demand, whether that news is happening in Iraq or New York. When CBC trained journalists are covering important international events, Canadians know they are going to get a Canadian perspective and a standard that they can trust.

The CBC commits these important journalistic resources because that is our job: to be an independent source for news and information; to provide a place for discussion and analysis; and a place to share ideas, even though it may not result in huge ratings. It is our job.

The only place that can provide these opportunities has to be public broadcasting. It has to be independent. It has to be free of political, financial and personal agendas.

We can give news and current affairs, pride of place on our schedules. Our national television news services showcase news and information programs in prime time, including both the *National* and *Le Téléjournal* offered at 10:00 p.m. each day. That is in large part thanks to Canadian taxpayers. Access

*[Traduction]*

Aucun autre radiodiffuseur canadien n'a autant de bureaux journalistiques et de journalistes à l'extérieur des grandes villes. Nous sommes présents dans des villes comme Kelowna, en Colombie-Britannique, qui a récemment été dévastée par des incendies de forêt; Saguenay, au Québec, où l'un des grands employeurs du Canada, Alcan, est en train de réaliser un investissement sans précédent; Brandon, au Manitoba où la sécheresse persistante menace le gagne-pain des gens; et, Goose Bay où CBC/Radio-Canada a attiré l'attention du public sur la misère des collectivités autochtones.

Leur collectivité et leur région, voilà ce qui compte au dire des Canadiens. Je suis fier d'affirmer que la moitié de notre programmation canadienne, dans tous les services de la Société, comporte un volet régional. En effet, près de 40 p. 100 de notre budget d'exploitation total est dépensé dans les régions ou pour financer des activités régionales. Dans le cas de la radio, nous dépensons plus 60 p. 100 dans les régions, dans les deux langues officielles, ce qui représente environ 2 000 heures de programmation par semaine.

De plus, il importe que nous ouvrons une fenêtre canadienne sur le monde. Pour moi, cette activité revêt une importance capitale. Les correspondants étrangers de la Société qui sont en poste à New York, à Washington et à Rio de Janeiro couvrent le continent américain, du nord au sud; ceux qui sont en poste à Londres, à Paris et à Moscou couvrent l'Europe. Le correspondant de Dakar couvre l'Afrique, tandis que d'autres correspondants sont en poste à Jérusalem, au Caire, à Amman, à Bangkok, et à Pékin pour témoigner de l'actualité du Proche-Orient et de l'Extrême-Orient.

Nous possédons 12 bureaux à l'étranger. Aucun autre radiodiffuseur canadien ne consacre autant de ressources et n'envoie autant de journalistes sur le terrain que CBC/Radio-Canada. Je n'insisterai jamais assez sur l'importance de cette présence internationale. Nous ne pouvons tout simplement pas compter sur les reportages des autres pays pour assurer la couverture que les Canadiens exigent, que ce soit en Iraq ou à New York. Lorsque les journalistes de CBC/Radio-Canada couvrent des événements internationaux importants, les Canadiens sont assurés d'avoir une perspective canadienne et une qualité journalistique à toute épreuve.

La Société Radio-Canada engage ces ressources journalistiques essentielles parce que c'est là son mandat: être une source indépendante d'information; et offrir une tribune pour les débats à l'analyse, ainsi qu'un forum permettant l'échange des idées — même si tout cela ne se traduit pas par une forte cote d'écoute. Tel est tout simplement notre mandat.

Selon moi, cette entité doit être indépendante, et n'obéir à aucune considération politique, financière ou personnelle. Cette entité doit être le radiodiffuseur public.

Nous pouvons donner aux nouvelles et à l'actualité une place de choix dans nos grilles de programmation. Nos services nationaux de télévision diffusent des émissions de nouvelles et d'informations aux heures de grande écoute, notamment *Le Téléjournal* et *The National*, présentés à 22 heures chaque soir.



to parliamentary appropriations means our television schedules are not driven by American programming. Radio One and la Première chaîne are solely supported by taxpayers, and therefore have the freedom to concentrate on news and information services. Public funding helps to shelter us from some of the pressures facing other news media.

When important national events occur CBC/Radio-Canada can pre-empt regular programming schedules to offer live, uninterrupted coverage to all of Canadians. We did that for the July 2002 visit of the Pope John Paul II on World Youth Day. We did it for the visit of the Queen and so many other opportunities when there are crises around the world. That focus on news and information means that Canadians turn to CBC for coverage and analysis of major Canadian events.

Today, more than four in five Canadians believe that news on CBC/Radio-Canada's French and English television networks can be trusted and is comprehensive. When Canadians were asked which English television network provided the best Canadian perspective on the war in Iraq, twice as many named CBC/Radio-Canada over any other broadcaster.

Whatever happens to Canada's media industries, Canadians do know that they can tune into CBC/Radio-Canada for independent Canadian views and uniquely Canadian stories — many of which simply will not be covered or presented anywhere else. You will not see Canada: *A People's History* on any other private network. In a 500-channel universe, that is what makes public broadcasting, more important than ever.

[Translation]

**Mr. Robert Rabinovitch, President and Chief Executive Officer, Canadian Broadcasting Corporation:** Madam Chairman, members of this Committee have expressed concern about the increasing concentration of media ownership in Canada. We believe these recent changes to the Canadian media landscape are another compelling reason for maintaining a strong and vibrant national public broadcaster. High quality journalism costs money and does not often garner large enough audience and advertising revenues to make a compelling business case for profit-seeking, bottom line-oriented media organizations. That is the reality of the news industry.

For example, while Québecor Média's various holdings were covering at length the reality show *Star Académie* broadcast on its flagship television network TVA, CBC/Radio-Canada was busy covering the war in Iraq. TVA had one correspondent in Iraq. We placed approximately 40 people throughout the region — in Amman, Koweït City, Qatar, Jerusalem, Tel-Aviv, Northern Iraq, Turkey, Cairo, and of course, London, Paris, Washington and Baghdad.

Nous devons cela en grande partie aux contribuables canadiens. L'accès aux crédits parlementaires signifie que nos grilles de télévision ne sont pas tributaires de la programmation venue des États-Unis. La Première chaîne et Radio One sont exclusivement financées par les contribuables et peuvent donc privilégier les émissions d'informations. Le financement public nous permet donc d'échapper à certaines pressions qui pèsent sur les autres entreprises médiatiques.

Ainsi lorsque des événements importants font la manchette au Canada, les réseaux anglais et français de la SRC peuvent interrompre leur programmation régulière pour offrir des reportages en direct et en continu à tous les Canadiens. C'est ce que nous avons fait pour la visite du Pape Jean-Paul II en juillet 2002, à l'occasion de la Journée mondiale de la jeunesse. Nous avons fait de même pour la visite de la Reine, et lorsque de nombreuses autres crises ont surgi dans le monde. La priorité que nous donnons à l'information fait que les Canadiens se tournent vers CBC/Radio-Canada pour la couverture et l'analyse des grands événements nationaux.

Aujourd'hui, plus de quatre Canadiens sur cinq pensent que les informations télévisées de Radio-Canada et de CBC sont fiables et exhaustives. Lorsqu'on a demandé aux Canadiens de dire quelle chaîne de télévision de langue anglaise avait réussi le mieux à présenter l'optique canadienne sur la guerre en Iraq, deux fois plus d'entre eux ont cité CBC/Radio-Canada comme étant le radio diffuseur de choix, par rapport à tous les autres.

Quoi qu'il arrive dans l'industrie médiatique canadienne, les Canadiens savent qu'ils peuvent se fier à CBC/Radio-Canada pour avoir accès à des opinions canadiennes indépendantes et à des thèmes canadiens uniques qui ne sont présentés nulle part ailleurs. Le fait est que vous ne verrez jamais une émission comme *Le Canada: une histoire populaire* sur une chaîne privée. Dans l'univers multichaines d'aujourd'hui, c'est ce qui fait que la radiodiffusion publique est plus importante que jamais.

[Français]

**M. Robert Rabinovitch, président-directeur général, Société Radio-Canada:** Madame la présidente, les membres du comité ont signalé leurs inquiétudes face à la concentration croissante des médias au Canada. Les changements récents, qui ont modifié le paysage médiatique canadien justifient encore davantage le maintien d'un radiodiffuseur public national solide et dynamique. Le journalisme de grande qualité coûte cher. Bien souvent, il ne génère pas un auditoire assez vaste ni des revenus publicitaires assez élevés pour les entreprises axées sur le profit. C'est la réalité de l'industrie de l'information aujourd'hui.

Pendant que les diverses sociétés de Québecor Média concentraient tous leurs efforts sur l'émission de télé-réalité, *Star Académie* au réseau TVA, CBC Radio-Canada couvrait la guerre en Irak. TVA avait un seul correspondant sur place. Nous avions près de 40 personnes dans toute la région, à Amman, au Koweït, au Qatar, à Jérusalem, à Tel-Aviv, dans le nord de l'Irak, en Turquie, au Caire et à Londres, Paris, Washington et Bagdad.



The objective: to give a distinctive Canadian interpretation to events as they unfolded. We could not and should not, as a country rely for our information on U.S. networks, or even the BBC. We were as a country active non-participants in this war. Canadians merited a distinctive interpretation of events.

Let there be no misunderstanding: I do not blame the private broadcasters in any way for this. *Star Académie* might just be Canada's first true success story in convergence, and they should be congratulated for succeeding where many others have failed.

But this unique series of events showed us how the private sector is confronted with conflicting interests. It also gave us a true sense of how tremendous the promotional force of such vast cross-media holdings can be. Every francophone in Quebec must have heard of *Star Académie*, which was watched by as many as half of the province's entire population.

[English]

One thing is clear, the sweeping changes to the media landscape are forcing us to re-examine CBC/Radio-Canada's role in the Canadian Broadcasting System and to look for ways to strengthen the services we provide.

For example, many of our foreign correspondents now file in English and French; others file for radio and television. This means that we can expand our coverage by applying more correspondents to more locations around the world. As I noted during the war in Iraq this year we were able to put approximately 40 people throughout the region to feed all of our services. This boosted our ability to offer Canadians a broader range of stories and context during the conflict. This is also a convergence success story.

The government has recognized our work by providing CBC/Radio-Canada with additional funds for each of the last three years. These additional resources went directly into programming and, together with our own internal savings, allowed us to improve the quality and quantity of our journalism, and to remove or reduce commercials from important sectors and sections of our programming. Given the success of these initiatives we had hoped that this year \$60 million would be made part of our permanent budget. It was not.

Some have suggested that the CBC/Radio-Canada funding model should be changed and it should adopt the PBS donor-funded model of public broadcasting. In fact, PBS gets considerable funding from U.S. federal, state, and local governments and it raises less than one-third of its budget from public solicitation. With about one-tenth of the population the United States, Canada does not have enough people to support a

Notre objectif était simple. Nous voulions fournir une interprétation canadienne des événements au fur et à mesure qu'ils se déroulaient. En tant que pays, nous ne pouvions pas et nous ne devons pas compter sur les réseaux américains ou même la BBC pour recréer l'information. En tant que nation, le Canada ne participait pas à cette guerre. Les Canadiens méritaient qu'on leur présente les événements selon une perspective canadienne.

Soyons clairs. Je ne blâme pas les radiodiffuseurs privés pour leurs choix. *Star Académie* pourrait bien être la première véritable réussite de la convergence au Canada. On devrait d'ailleurs féliciter les auteurs de ce succès pour avoir réussi là où tant d'autres ont échoué.

Cette conjoncture unique d'événements nous a montré deux choses. Le secteur privé fait face à des intérêts divergents. Les grands conglomerats jouissent d'un pouvoir promotionnel extraordinaire. À preuve, presque tous les francophones du Québec ont entendu parler de *Star Académie*. Une émission qui a été regardée par la moitié de la population de la province.

[Traduction]

Chose certaine, les bouleversements sans précédent qui agitent le paysage médiatique nous obligent à réexaminer le rôle de la Société Radio-Canada dans le système canadien de radiodiffusion, afin de chercher les moyens de consolider les services que nous offrons.

Ainsi plusieurs de nos correspondants à l'étranger font des reportages en français et en anglais; d'autres font leurs reportages pour la radio et la télévision. Cela signifie que nous pouvons étendre notre couverture en envoyant des correspondants dans un plus grand nombre de régions du monde. Comme je vous l'ai déjà indiqué, nous avons déployé 40 correspondants au Proche-Orient pendant la guerre en Iraq. Nous avons ainsi pu présenter aux Canadiens une plus vaste gamme de reportages et de points de vue pendant le conflit. Cela aussi, c'est l'histoire d'une convergence réussie.

Le gouvernement a reconnu le travail que nous réalisons en attribuant à CBC/Radio-Canada un financement additionnel pour chacun des trois derniers exercices. Ces ressources complémentaires ont été directement investies dans la programmation et, combinées aux économies réalisées à l'interne, nous ont permis d'améliorer le journalisme que nous offrons, tant sur le plan de la qualité que de la quantité, et d'éliminer ou de réduire les pauses publicitaires d'importantes sections de notre grille. Étant donné le succès de ces initiatives, nous espérions que l'enveloppe de 60 millions de dollars ferait partie de notre budget permanent cette année, mais cela n'a été le cas.

Certains ont proposé de changer le modèle de financement de CBC/Radio-Canada et d'adopter celui de PBS, qui est fondé sur les dons. En fait, PBS bénéficie d'un financement considérable de la part du gouvernement fédéral, des États et des gouvernements locaux aux États-Unis, et moins d'un tiers de son budget est constitué de dons du public. Le Canada, dont la population représente environ 10 p. 100 de celle des États-Unis, ne peut

donor-funded model like the PBS. If it did, remember that PBS has only one program in one language. That is simply not good enough for Canada.

CBC/Radio-Canada needs now increased stable, multi-year funding. Without it, it is difficult to plan and develop distinct programming, reliable news and current programming. We believe a five-year funding cycle would ensure support for programs during several years it takes to go from idea to broadcast.

[Translation]

We have, as Ms. Taylor noted, reporters in almost every corner of Canada. Even with our permanently constrained resources, we have in the last two years opened more than 20 new news bureaus, and this year we are completing *La Chaîne culturelle* by adding 18 new frequencies.

However, we would like to do more for Canadians. Properly funded, we believe that CBC/Radio-Canada will continue to raise the bar on journalism in Canada, and help maintain a vibrant Canadian journalism industry. We would also like to improve the levels of our local and regional programming. We believe that reflecting the rich variety of our communities is an essential role for the public broadcaster. It is also what Canadians want us to do. This will require a reinvestment in public broadcasting.

[English]

In its recent report on Canadian broadcasting, the House of Commons' Standing Committee on Canadian Heritage recognized that CBC/Radio-Canada required increased funding for fulfilling its mandate and proposed that we provide Parliament with a strategic plan and the associated costs to enable us to undertake these responsibilities. We completely endorse the recommendation to provide a costed, strategic plan on how to enhance regional and local programming. As such, we would in effect create a new "Contract with Canadians" — one that will spell out precisely what Canadians can expect in regional and local programming from their public broadcaster and what it will cost to do it.

Private media is changing, so too is CBC/Radio-Canada. We believe that along with a healthy, competitive, private media, CBC/Radio-Canada ensures that Canadians have rich choices in news and information programming. Those choices cannot be taken for granted.

prétendre un modèle de financement fondé sur les dons publics, comme PBS. Quand bien même ce modèle serait adopté, il faut savoir que PBS ne présente qu'une seule émission d'informations et dans une seule langue. Au Canada, cela est inconcevable.

Ce dont CBC/Radio-Canada a besoin maintenant, c'est un financement accru, stable et pluriannuel. Sans cela, il est difficile de planifier et de concevoir une programmation distincte et fiable de nouvelles et d'actualités. Nous estimons qu'un cycle de financement quinquennal nous permettrait de financer notre programmation pendant tout le cycle de production, de la conception à la diffusion, ce qui peut prendre plusieurs années.

[Français]

Comme l'a indiqué Mme Taylor, nous avons des journalistes aux quatre coins du Canada. Malgré la réduction constante de nos ressources, nous avons ouvert, au cours des deux dernières années, une vingtaine de nouveaux bureaux journalistiques au pays. Cette année, nous compléterons le développement de *La Chaîne culturelle* pour en faire un véritable réseau national avec 18 nouvelles fréquences dans toutes les régions du pays.

Cependant, nous aimerions faire plus pour les Canadiens. Un financement adéquat permettrait à CBC/Radio-Canada de demeurer la référence en matière de journalisme et de contribuer au maintien d'une industrie journalistique forte et dynamique. Nous aimerions mettre davantage l'accent sur la programmation locale et régionale. Le fait de refléter la grande diversité de nos communautés est l'un des rôles essentiels d'un radiodiffuseur public. C'est aussi ce que les Canadiens attendent de nous. Cela exigera un réinvestissement dans la rediffusion publique.

[Traduction]

Dans son rapport sur la radiodiffusion au Canada, le Comité permanent du patrimoine canadien de la Chambre des communes a reconnu que CBC/Radio-Canada avait besoin d'un financement accru pour remplir son mandat, et il a proposé que la Société présente au Parlement un plan stratégique, ainsi que les coûts associés à cette stratégie, afin que nous puissions assumer ces responsabilités. Nous appuyons sans réserve la recommandation selon laquelle la Société devrait élaborer un plan stratégique assorti d'un budget complet, lui permettant ainsi d'expliquer comment elle compte augmenter la part de la programmation locale et régionale. Nous pourrions ainsi établir un nouveau «contrat» avec les Canadiens, qui énoncerait clairement ce à quoi ils peuvent s'attendre de leur radiodiffuseur public en ce qui a trait à la programmation locale et régionale, et ce que cela leur en coûtera.

Le secteur privé des médias est en train d'évoluer; il en va de même pour CBC/Radio-Canada. De concert avec un secteur privé sain et concurrentiel, nous croyons que la Société Radio-Canada peut garantir aux Canadiens un véritable choix en matière de nouvelles et d'information, mais qu'il ne faut jamais tenir ce choix pour acquis.



[Translation]

Thank you again for this opportunity to speak to you. We welcome your questions and comments.

[English]

**Senator Graham:** I had the privilege of being a guest of the CBC yesterday at the Canadian Club luncheon. I wanted to commend Carole Taylor for her excellent address. She talked about the CBC and looking into the crystal ball.

Perhaps this is something that you or someone else could provide us, but it has to do with the numbers. Approximately 72 per cent or 75 per cent of your budget comes from public funds and the rest comes through advertising revenues. Could you provide us with statistics that are more specific, if indeed there has been mention of the \$10 million cut that you received shortly before you finalized your budget. I am wondering if you could be more specific. What are the total operating costs, the total revenues from government and other sources? Is there a shortfall? Have you ever had a surplus?

I endorse what the committee in the other place is talking about in terms of a five-year costed plan. Before getting into numbers, I note that reference has been made to Iraq. We had one witness here who said he thought the CBC coverage of Iraq war was very biased. He had watched CBC and BBC. I asked him if he had watched CNN, or ABC, NBC or CBS and he said he did not have time to do that.

I thought that of all of the coverage that was provided, the most balanced coverage, with your limited resources, was by the CBC. Perhaps you can get into the numbers game. Mr. Rabinovitch that is your responsibility?

**Mr. Rabinovitch:** I have not come prepared to go into detailed numbers but I am more than willing to supply to them to you. In general, for the English TV side, about 58 per cent of our funds come from our appropriation, from government; about 42 per cent comes from what we call "entrepreneurial activity," which includes advertising, program sales, and rentals. *Newsworld* and RDI — Le réseau de l'information — are both subscription services, so they would generate revenue as well.

Out of a total budget of about \$1.3 billion — which I hasten to compare to the BBC's budget with one language of about \$7 billion Canadian — approximately \$300 million comes from advertising, and another \$200 million from other sources of

[Français]

Nous vous remercions, encore une fois, de nous avoir permis de faire cette présentation. Nous attendons vos questions et vos réactions.

[Traduction]

**Le sénateur Graham:** J'ai eu le privilège d'être l'invité de la Société Radio-Canada hier au déjeuner organisé par le Canadian Club. Je voulais féliciter Carole Taylor de son excellent discours. Elle a parlé de la Société et de ce qu'elle voyait dans sa boule de cristal.

Peut-être que vous ou quelqu'un d'autre pourrait nous éclairer au sujet des chiffres. Environ 72 ou 75 p. 100 de votre budget est financé par les deniers publics, alors que le reste provient des recettes publicitaires. Pourriez-vous nous fournir des statistiques plus précises, s'il a effectivement été question de la réduction budgétaire de 10 millions de dollars annoncée peu de temps avant que vous ne mettiez la dernière main à votre budget. J'aimerais que vous soyez un peu plus précise. Quel est le montant total de vos dépenses d'exploitation, et des revenus que vous obtenez à la fois du gouvernement et d'autres sources? Y a-t-il un manque à gagner? Vous est-il déjà arrivé d'enregistrer un excédent?

Je suis tout à fait d'accord avec ce que propose le comité de la Chambre des communes en ce qui concerne un plan quinquennal assorti d'un budget précis. Mais avant de parler de chiffres, je constate qu'il a été question de la couverture en Irak. L'un des témoins que nous avons reçus nous a dit qu'à son avis, la couverture de la guerre en Irak faite par la Société Radio-Canada manquait totalement d'objectivité. Il avait regardé à la fois les émissions de CBC et de la BBC. Je lui ai demandé s'il avait regardé CNN, AB, NBC ou CBS, et il m'a dit qu'il n'avait pas le temps de le faire.

Moi j'étais d'avis au contraire que la couverture la plus équilibrée de toutes les chaînes dont j'avais regardé les émissions était celle de la CBC, malgré vos ressources limitées. Peut-être pourriez-vous donc nous donner quelques chiffres bien précis. Monsieur Rabinovitch, est-ce à vous de faire cela?

**M. Rabinovitch:** Je ne suis pas en mesure de vous donner des chiffres détaillés en ce moment, mais je suis tout à fait disposé à vous les fournir. De façon générale, pour le réseau de télévision anglaise, je peux vous dire qu'environ 58 p. 100 de notre financement provient de notre crédit, et donc du gouvernement; environ 42 p. 100 découlent de ce que nous appelons les «activités de l'entreprise», c'est-à-dire la publicité, les ventes d'émissions, et les locations. *Newsworld* et le RDI sont tous les deux des services d'abonnement, si bien qu'ils nous permettent de générer certaines recettes.

Sur un budget total d'environ 1,3 milliard de dollars — et je m'empresse de comparer ce dernier au budget de la BBC d'environ 7 milliards de dollars canadiens, alors que cette dernière ne diffuse que dans une langue — environ 300 millions



revenue, and about \$850 million comes from our government appropriation. I can give you the specifics but I am within a couple points.

**Senator Graham:** It would be useful to have those numbers. With whom do you negotiate in the government when you are talking about budgets?

**Mr. Rabinovitch:** It is the Minister of Heritage is the minister through which the CBC reports to Parliament. The minister inevitably has a very significant role to play, and was very instrumental in getting the additional \$6 million we received. In other words, the minister is our spokesperson in cabinet.

At my level, I talk to the Deputy Minister of Finance, the Clerk of the Privy Council, and others who are involved in the budget-setting process. The chair will spend much more time lobbying ministers. It is a lobbying effort; it is an attempt to convince people of the importance of the public broadcaster and that programming cannot be done on the cheap.

**Ms. Taylor:** I am not sure how other chairs have done this, but I see government as a very important partner for CBC/Radio-Canada. However, it is difficult because we do have to have that journalistic separation.

I have made a point of spending time with our direct minister, the Minister of Heritage. We also deal with the Minister of Foreign Affairs because we do quite a bit internationally. There is a direct interest from the Foreign Affairs Department in our international service. We also talk to the Minister of Finance — and it has been two different people — who is ultimately setting the budget.

I have spent a lot of time with other members of the cabinet whenever possible and members of caucus when possible to talk about issues specific to them. I would say those are the three major cabinet ministers with whom I have spent time.

**Senator Graham:** The Senate and senators are responsible to all Canadians, Canada as a whole, we are products of the regions and we represent our regions. As you might expect, regional coverage is very important to us and we hear about it in our regions. We hear the pluses and negatives.

Yesterday, Ms. Taylor, in your address to the Canadian Club, you indicated that you would like to restore more regional coverage and put more emphasis on regional news and activities and to paraphrase Tip O'Neil, "all this kind of thing is local."

de dollars proviennent de la publicité, 200 millions de dollars, d'autres sources de revenu, et 850 millions de dollars, de notre crédit parlementaire. Je peux vous donner les chiffres précis, mais je peux vous garantir que ceux que je viens de vous citer sont très proches de la réalité, à quelques points près.

**Le sénateur Graham:** Il serait bien utile d'avoir ces chiffres. Avec qui êtes-vous appels à négocier quand vous devez parler de budgets avec le gouvernement?

**M. Rabinovitch:** La Société Radio-Canada relève du Parlement en passant par la ministre du Patrimoine canadien. Cette dernière a nécessairement un rôle très important à jouer dans ce contexte, et il ne fait aucun doute que son rôle était tout à fait déterminant pour ce qui est de nous obtenir les 6 millions de dollars de plus que nous avons reçus. Autrement dit, la ministre est notre porte-parole au Cabinet.

À mon niveau, je discute de ces questions avec le ministre des Finances, le greffier du Conseil privé, et avec d'autres qui participent à la préparation du budget. La présidente passe beaucoup plus de temps à faire du lobbying auprès des ministres. C'est vraiment du lobbying; il s'agit de convaincre les gens de l'importance du rôle du radiodiffuseur public et du fait que la programmation exige certains investissements.

**Mme Taylor:** Je ne sais pas au juste comment d'autres présidents du Conseil d'administration ont conçu leur rôle, mais j'estime, personnellement, que le gouvernement constitue un partenaire très important pour la Société Radio-Canada. En même temps, c'est un peu délicat parce que l'indépendance journalistique est une condition sine qua non.

Pour ma part, j'ai voulu passer beaucoup de temps avec la ministre dont nous relevons directement, soit la ministre du Patrimoine canadien. Nous traitons aussi avec le ministre des Affaires étrangères, étant donné l'ampleur de nos activités internationales. D'ailleurs, le ministère des Affaires étrangères s'intéresse directement à notre Service international. Nous dialoguons également avec le ministre des Finances — et là nous avons eu affaire à deux personnes différentes — qui a l'ultime responsabilité d'établir le budget.

De plus, j'ai passé beaucoup de temps avec d'autres ministres et différents membres du caucus, quand j'ai eu l'occasion de le faire, pour leur parler de questions précises. Donc, je dirais que ce sont les trois principaux ministres avec lesquels j'ai entretenu des rapports plus suivis.

**Le sénateur Graham:** Le Sénat et les sénateurs sont responsables devant tous les Canadiens, c'est-à-dire le Canada dans son ensemble; de plus, nous émanons des régions et nous représentons nos régions respectives. Comme vous pouvez vous en douter, la couverture régionale nous importe au plus haut point et nous en entendons parler dans nos régions. Nous entendons parler des aspects à la fois positifs et négatifs.

Hier, madame Taylor, dans le discours que vous avez prononcé devant le Canadian Club, vous disiez que vous aimeriez accroître la couverture régionale et mettre davantage l'accent sur les informations et activités régionales parce que, pour paraphraser Tip O'Neil, «au fond il y a toujours un éclairage local.»

Have you plans to restore the CBC in a more fundamental way where we have better regional representation?

**Ms. Taylor:** I appreciate the opportunity to respond to this regional question. I am passionate about this issue. I do not believe that CBC/Radio-Canada will survive if we do not get back to our roots, which is Canadians all across the country. They are our financial supporters and shareholders. They are our mandate to serve.

I was still working in the studio in CBC Vancouver when the cuts started about 15 years ago. I felt the effects very directly. Management and board at that time made the decision that because the cuts were so severe they had to go into survival mode. What survival mode meant at that time for them was to pull the dollars back into Ottawa, Toronto, and Montreal. They were trying to say that we have to maintain the quality of our programming and the only way we can do it is to consolidate.

What that did across the country was devastating. It broke all of our relationships with our communities. As chair, it has been my decision to spend my time travelling to the smaller communities because I feel that has been overlooked in the past and that is something that I understand from my personal experience. Everywhere I go — both on the French and English sides — the stories I hear are exactly the same. When the budgets were cut so drastically in all of those regions, the communities asked, “Where did you go? We lost CBC/Radio-Canada. You disappeared, you are no longer an influence in our lives and we have lost connection.”

This is a strategy at the board level. Mr. Rabinovitch can speak to the specifics of how we carried it out. At the board level, we said that we have to get back to the communities across the country. I am an activist; I would like to have everything happen immediately. Unfortunately, it is evolutionary and takes time.

In Vancouver, we now have a national news show that is produced out of Vancouver on television. We just announced that Sheila Rogers is moving to Vancouver — this will be the first time a national radio show airs out of Vancouver. Therefore, it is happening, bit by bit. Halifax is becoming one of our major production centres.

We are moving in that direction. I will let Mr. Rabinovitch elaborate. I want to ensure honourable senators that it is an

Envisagez-vous donc de transformer la SRC de façon plus fondamentale, pour que nous bénéficions d'une meilleure représentation régionale?

**Mme Taylor:** Je vous remercie de me donner l'occasion de répondre à cette question concernant les régions. C'est une question qui me tient vraiment à coeur. À mon sens, la SRC ne survivra jamais à moins d'un retour à nos sources, c'est-à-dire les Canadiens dans chacune des régions du pays. Ce sont eux qui nous soutiennent financièrement et qui sont nos actionnaires. Nous avons comme mandat de les servir.

Je travaillais encore au studio de CBC Vancouver lorsque les compressions budgétaires ont commencé à nous toucher il y a une quinzaine d'années. J'en ai ressenti les effets très directement. La direction et le conseil d'administration de l'époque avaient décidé, vu la gravité des coupures, qu'il s'agissait simplement de faire le nécessaire pour survivre. Pour eux, cela voulait dire qu'il fallait ramener les crédits disponibles vers Ottawa, Toronto et Montréal. Ils nous disaient essentiellement qu'il fallait maintenir la qualité de la programmation et que la consolidation était le seul moyen d'y parvenir.

Les effets de cette consolidation sur le Canada ont été dévastateurs. Elle a eu pour résultat de rompre nos relations avec les collectivités canadiennes. En tant que présidente, j'ai donc décidé de visiter les petites localités qui, à mon avis, ont été négligées par le passé, et c'est mon expérience personnelle qui me l'a appris. Partout où je vais — que ce soit dans les collectivités francophones ou anglophones — j'entends toujours les mêmes propos. Quand les budgets de toutes ces régions ont été réduits de façon aussi draconienne, les gens dans les collectivités nous ont dit: «Qu'est-ce que vous êtes devenus? Nous avons perdu CBC/Radio Canada. Vous avez disparus, vous n'influez plus notre vie de tous les jours, et nous avons cessé d'avoir ce rapport avec vous.»

Il s'agit là d'une stratégie adoptée par le Conseil d'administration dans son ensemble. M. Rabinovitch pourra vous expliquer quelles mesures précises nous avons prises pour l'exécuter. Au niveau du Conseil d'administration, nous avons déterminé qu'il fallait absolument rétablir nos rapports privilégiés avec les collectivités canadiennes d'un bout à l'autre du pays. Je suis de nature plutôt activiste; je voudrais que tout se fasse immédiatement. Malheureusement, ce travail suppose un processus évolutif et prend nécessairement du temps.

À Vancouver, nous avons maintenant une émission d'informations nationales produite à Vancouver pour la télévision. Nous venons d'annoncer que Sheila Rogers s'établira à Vancouver — il s'agira de la première fois qu'une émission de radio nationale sera diffusée depuis Vancouver. Donc, la situation évolue petit à petit. Halifax devient également un de nos grands centres de production.

Donc, c'est cette orientation-là que nous avons prise. Je vais permettre à M. Rabinovitch de vous donner d'autres détails à ce



imperative for CBC/Radio-Canada to find the dollars somehow to honour our commitment to Canadians across the country, particularly in the regions.

**Mr. Rabinovitch:** Senator, this is one of the most important reason why we so fully endorse the recommendation of the Heritage Committee in the other place that we come forward with a strategic plan for expanding our services in the regions and in local programming.

Fortunately, they also asked us to cost it out because it is a very expensive venture. I remind honourable senators that we suffered a \$400 million cut in 1995, before either of us was there. That is about 40 per cent at the time of our government appropriation. In real terms, our budget decreased by \$319 million between 1990 and 2003. Because about 85 per cent of our costs are people, the consequence is we have had to constrain or limit our growth and our programming. It has been very, very painful.

As dedicated public broadcasters, we believe our mandate is to tell those regional stories and to report in the regions. Where we have had discretionary funds in the last couple of years, we have done whatever we could to expand our regional coverage. As I mentioned before, we opened 20 new bureaux across the country in small communities. We call them "pocket bureaux" because they are really quite small and most of the people are trained to do both radio and TV. At least we have somebody in 20 areas that can cover stories that were not being covered before.

We have completed the development of la Chaîne culturelle, our second radio network in French, by opening 18 new stations.

As Madam Taylor mentioned, *Canada Now* deliberately comes not from Toronto but from Vancouver and is not just done once, it is done five times and it is repeated five times during the night. It has a distinctive attempt at being regionally sensitive with each program and with half of the program emanating from the region.

We have learned that we can do programming from regions that are of interest to all Canadians, and a program such as *Sounds Like Canada* will probably make much more sense being done out of Vancouver than it did being done out of Toronto. We hope it will work.

sujet. Je tiens cependant à assurer les honorables sénateurs que la SRC estime qu'il est tout à fait essentiel que nous trouvions les crédits nécessaires pour respecter notre engagement envers les Canadiens d'un bout à l'autre du pays, et surtout envers les régions.

**M. Rabinovitch:** Sénateur, c'est justement pour cette raison et d'autres que nous cautionnons la recommandation du Comité du patrimoine de la Chambre des communes, selon laquelle nous devrions présenter un plan stratégique pour l'expansion de nos services dans les régions et l'élargissement de la programmation locale.

Heureusement, ce dernier nous a également demandé de faire une évaluation des coûts, car ce genre d'entreprise coûtera très cher. Je rappelle aux honorables sénateurs que notre budget a été réduit de 400 millions de dollars en 1995, avant que, ni l'une ni l'autre, nous n'occupions nos postes actuels. Cette somme correspondait à l'époque à environ 40 p. 100 de notre crédit parlementaire. En chiffres absolus, notre budget a diminué de 319 millions de dollars entre 1990 et 2003. Étant donné que 85 p. 100 de nos dépenses sont liées à nos ressources humaines, nous avons été obligés de freiner notre croissance et notre programmation. Nous avons trouvé cela extrêmement douloureux.

En tant que radiodiffuseurs publics résolus à remplir notre rôle, nous estimons que notre mandat consiste à raconter les histoires des habitants des régions et à leur présenter des reportages qui concernent leurs régions. Là où nous avons eu accès à des fonds discrétionnaires ces dernières années, nous avons fait notre possible pour élargir notre couverture régionale. Comme je vous le disais tout à l'heure, nous avons ouvert 20 nouveaux bureaux dans différentes petites localités d'un bout à l'autre du Canada. Nous les appelons des «bureaux de poche» parce qu'ils sont vraiment assez petits, et la plupart des gens qui y travaillent ont été formés pour travailler à la fois à la radio et à la télévision. De cette façon, nous avons au moins du personnel dans 20 régions différentes qui peuvent assurer la couverture d'événements qui n'étaient pas couverts autrefois.

L'achèvement du travail d'élaboration de la Chaîne culturelle, notre deuxième réseau de radio en français, s'est soldé par l'inauguration de 18 nouvelles stations de radio.

Comme vous l'expliquait Mme Taylor, si *Canada Now* est diffusée depuis Vancouver plutôt que Toronto, c'est en raison d'un choix délibéré de notre part, et je précise que cette émission passe non pas une fois, mais cinq fois, et qu'elle est rediffusée cinq fois durant la nuit. Avec chaque émission, nous cherchons à nous montrer sensibles aux intérêts régionaux, puisque la moitié de l'émission émane de la région.

Nous avons appris qu'il est possible de faire de la programmation depuis les régions qui intéressent l'ensemble des Canadiens, et il est plus logique en réalité de produire une émission comme *Sounds Like Canada* à partir de Vancouver, que de Toronto. Nous espérons que cette stratégie portera ses fruits.



This is the beginning, not the end. We can develop a really good, comprehensive plan. We were once a powerhouse in the region; we are no longer. We are barely visible.

**Senator Gustafson:** There is a trend in the country that concerns me. Many feel that the CBC is anti-American and anti-Israel and that it is creating problems economically for Canadians. I am only telling you what I hear.

A group of members of Parliament and senators went to Israel. At the first meeting we had — which surprised me to no end — McDonald defended the view that he had put forth on situations that came from Canada. I am sure that you know all about that I am sure, because changes were made.

The defence came of course from the Israeli news media and it went on for three hours between the CBC and the Israeli media. I know in the west at least, a lot of people feel the CBC is very anti-American and very left wing.

That is what is out there. Since it is government-funded to the extent that it is, they feel that it would be natural to present the government's view, and that is what we are getting. I raise that.

I have one compliment. The Saskatchewan CBC Radio does a pretty good job of coverage, but some feel that it is very left wing.

**Ms. Taylor:** I am disappointed if you are hearing comments like that. I want you to know that, in terms of official policy at the board level, we are very sincere in trying to provide balance and to make sure that we are towing that line of fair journalism.

From the board's point of view, we have not only put in place a manual that specifically outlines the policies of the organization, we also have two Ombudsmen. I am very proud of that system. We were talking recently about whether there were any other public broadcasters in the world that have this Ombudsman. I know we were the first, and BBC now with their difficulties had phoned us to ask about our system.

Our system of Ombudsman is set up so that if there is someone who speaks to you, who has a specific complaint, we encourage these people to get in touch with our Ombudsman. These individuals — one on the English side and one on the French side — have the responsibility of taking seriously every single complaint that comes in and making sure there is a response to it.

Their yearly report is not only a public report for every one to see, it comes to the board so they do not have to report through management. It is absolutely straight to the board and straight to the public. Their analysis of all the complaints that have come through on the big idea of whether or not we are a biased organization, has been solidly in favour of CBC/Radio-Canada.

Il s'agit d'un début, et non d'une fin. Nous sommes à même d'élaborer un plan qui sera non seulement excellent, mais très complet. Nous assurons autrefois une très forte présence dans les régions; ce n'est plus le cas. Nous sommes à peine visibles.

**Le sénateur Gustafson:** Je constate une tendance au Canada qui m'inquiète. Nombreux sont ceux qui estiment que la SRC est anti-américaine et anti-Israël et que cela crée des ennuis économiques pour les Canadiens. Je ne vous raconte que ce que j'entends dire.

Un groupe de députés et de sénateurs a visité Israël. À notre première rencontre — et cela m'a beaucoup surpris — McDonald a défendu l'optique qu'il avait présentée sur des situations concernant le Canada. Je suis sûr que vous savez tous très bien de quoi je parle, puisqu'il y a eu des changements par la suite.

Bien sûr, les médias israéliens se sont défendus, et le débat entre les représentants de la SRC et ceux des médias israéliens a duré trois heures. En tout cas, je sais que bon nombre de gens dans l'Ouest sont d'avis que la SRC est tout à fait anti-américaine et gauchisante.

Voilà ce que disent les gens. Puisque la SRC bénéficie d'un financement public considérable, ils estiment qu'il serait tout à fait normal de présenter le point de vue du gouvernement, et voilà ce qu'on nous donne. Je voulais donc soulever cette question.

J'ai tout de même un compliment à vous faire. CBC Radio en Saskatchewan assure une assez bonne couverture, mais certains sont d'avis qu'elle est très gauchiste.

**Mme Taylor:** Je suis déçue d'apprendre que vous entendez de telles réactions. Je tiens à vous faire savoir qu'en ce qui concerne la politique officielle du Conseil d'administration, nous sommes tout à fait sincères quand nous vous disons que le principe d'un juste équilibre nous tient à cœur et que nous tenons à ce que nos pratiques journalistiques reflètent ce principe.

Quant aux mesures prises par le Conseil d'administration en ce sens, non seulement avons-nous établi un manuel qui présente en détail les politiques de la Société à cet égard, mais nous avons deux protecteurs du public. Je suis très fière de ce système. Nous nous demandions dernièrement si d'autres radiodiffuseurs publics du monde ont un tel système de protecteur du public. Je sais que nous avons été les premiers à nommer un tel protecteur, et vu les difficultés que la BBC a récemment connues, elle s'adresse maintenant à nous pour se renseigner sur notre système.

Selon notre système d'ombudsman, si quelqu'un nous appelle pour déposer une plainte précise, nous l'encourageons à se mettre directement en contact avec notre protecteur du public. Ces deux personnes — une pour les Anglophones et l'autre pour les Francophones — ont la responsabilité de prendre au sérieux chaque plainte qui est déposée et d'y répondre.

Non seulement leur rapport annuel est public, pour que tout le monde puisse en prendre connaissance, mais il est déposé directement devant le Conseil d'administration, pour éviter que nos protecteurs du public relèvent de la direction. Le rapport est présenté directement au Conseil, et directement au public. Son analyse de toutes les plaintes déposées jusqu'ici concernant la

That is not to say there are not instances where they say that a particular instance did not work and that we should do it better or apologize or whatever.

That is the only protection that I can have as a board member is to put in a process that I believe and know to be independent, and encourage Canadians, if they have a problem, to please, use that process.

**Senator Gustafson:** I accept your answer.

**Senator LaPierre:** I want to welcome you.

[Translation]

What I hear is exactly the opposite of what Senator Gustafson has been saying.

[English]

The CBC is too much this and too much that; it is too much right wing and so on. I have decided not to deal with that.

Madam Taylor, how much money do you really need? I have, along with Madam Copps and others, tried to prevent this legendary disaster of \$60 million. We were not able to achieve that. Nor was the minister, for reasons that we do not need to go into — of course, we do not even know.

How much money do you need? I need a figure.

**Mr. Rabinovitch:** I will give you a couple of figures and a prayer. Given the internal efficiencies that we have been able to generate, I think we are a much more efficient corporation than we were in the past. We have generated a lot of funds from within.

We can meet the mandate except — and this is a big “except” — for regional and local expansion of any significance beyond what we have done for \$100 million and continued access to a fully funded Canadian Television Fund.

If we had the \$60 million permanently, plus another \$40 million, we believe we can meet those Canadian stories and dramas and content that is necessary. It is not an outrageous number, as you can see. We are trying to be reasonable and not ask for the moon.

However, we also believe that it will take a significant amount of money — and that is up to government to decide — to expand our regional base significantly. That is, to develop local

possibilité que la Société ait des préjugés dans un sens ou dans un autre a toujours été extrêmement favorable envers CBC/Radio-Canada. Cela ne veut pas dire qu'il n'arrive jamais qu'on nous reproche d'avoir fait telle chose dans telle circonstance, et qu'on nous dise qu'il faut faire mieux, présenter nos excuses, ou prendre d'autres mesures correctives.

En tant que membre du Conseil d'administration, la seule véritable protection que je puisse offrir consiste à créer une procédure dont je sais qu'elle est indépendante, et ensuite encourager les Canadiens, s'ils ne sont pas satisfaits, à y avoir recours.

**Le sénateur Gustafson:** J'accepte votre réponse.

**Le sénateur LaPierre:** J'aimerais vous souhaiter la bienvenue.

[Français]

J'entends exactement le contraire de ce que dit le sénateur Gustafson.

[Traduction]

Ils disent que la SRC est trop comme ci ou trop comme ça; qu'elle est trop de droite, et cetera. J'ai décidé de ne pas m'y intéresser.

Madame Taylor, de combien d'argent avez-vous vraiment besoin? Avec Mme Copps et d'autres, j'ai essayé d'empêcher que cette réduction budgétaire catastrophique de 60 millions de dollars ne se produise. Nous n'y avons pas réussi. La ministre non plus, pour des raisons qui se passent d'explication — d'ailleurs, nous n'en savons rien au fond.

De combien d'argent avez-vous besoin? J'ai besoin d'un chiffre.

**M. Rabinovitch:** Je vais vous donner quelques chiffres et exprimer un souhait. Comme nous avons réussi à accroître l'efficacité de nos opérations internes, j'estime que nous sommes à présent une société beaucoup plus efficace et efficiente que nous ne l'étions autrefois. Nous avons réussi à générer beaucoup de fonds à l'interne.

Nous sommes à même d'exécuter notre mandat, la seule exception étant — et c'est une exception importante — la possibilité d'élargissement additionnel de notre couverture régionale et locale au-delà de ce que nous avons déjà fait grâce aux 100 millions de dollars et du maintien de l'accès à un Fonds de la télévision canadienne pleinement financé.

Si nous disposions des 60 millions de dollars en permanence, plus 40 millions de dollars encore, nous pensons qu'il nous serait possible de présenter ces reportages et dramatiques qui intéressent les Canadiens et de fournir le contenu requis. Comme vous le voyez, il ne s'agit pas d'une somme faramineuse. Nous essayons d'être raisonnables et de ne pas demander la lune.

Par contre, nous sommes convaincus qu'il faudra un investissement considérable — et c'est au gouvernement de voir s'il veut le faire — pour élargir de façon significative notre base

programming. That is where we have undertaken, if the government so wants us to, to develop a full strategy with a price tag.

The \$100 million number is contingent upon the Canadian Television Fund staying at about \$200 million with our assured access to that fund, because it is so important to our programming.

**The Chairman:** How much did you get from it?

**Mr. Rabinovitch:** We get approximately 35 per cent of the fund. That is what it works out to year in, year out. Sometimes it is 40 per cent; sometimes it is a bit less but really never less than 35 per cent. In other words, it is about \$70 million to \$75 million. That figure levers, on a three-to-one basis, about \$200 million worth of programming. We use that money; plus we put in money of our own; and we are able to get the private sector to participate because the Canadian Television Fund is designed to be used by the private sector with us. Therefore, together that \$70 million results in a three-to-one ratio in terms of it can generate programming that we can put on that air.

[Translation]

**Senator LaPierre:** Why do not you do that? If the House of Commons Committee has proposed that you develop a comprehensive blueprint that you call "Contract With Canadians" at the regional and local levels, why are you waiting for politicians to ask you to do this? You have a direct responsibility to Canadians.

You could prepare an action plan, in order to fulfill and improve on the mission of the network as a whole, which relies on local and regional sources. People live in the regions. I see that as an extremely important component of the contract you would like to develop with the people of Canada. Go for it! Do not wait until the politicians ask you to do it! I will be dead and buried by then, and you will be old.

**Mr. Rabinovitch:** I fully agree with you. We are now developing that idea at head office in cooperation with all of the different divisions. We expect to receive the government's answer by the end of November. I hope the government will ask the CBC to develop that strategic plan. I am ready to move ahead with that work with my team. But I would prefer to have an audience before making my request.

[English]

**Senator LaPierre:** I do not need to tell you that we live in interesting and uncertain times politically in our country. I have one last question.

régionale — autrement dit, pour permettre l'élaboration d'une programmation locale. C'est à cet égard que nous nous sommes engagés — à condition que le gouvernement le souhaite — d'élaborer une stratégie complète ainsi qu'une évaluation des coûts y afférents.

Ce chiffre de 100 millions de dollars suppose que la Société continuera de bénéficier d'environ 200 millions de dollars grâce au Fonds de la télévision canadienne et que nous aurons une garantie d'accès à ce fonds, étant donné qu'il revêt une si grande importance pour notre programmation.

**La présidente:** Combien d'argent avez-vous reçu en tout?

**M. Rabinovitch:** Nous recevons environ 35 p. 100 du budget total. Voilà grosso modo de quoi il s'agit année après année. Parfois c'est 40 p. 100, et parfois c'est un peu moins, mais jamais moins de 35 p. 100. Autrement dit, nous touchons entre 70 millions et 75 millions de dollars grâce au Fonds. Cet investissement est triplé, en ce sens que cette somme nous permet d'élaborer une programmation d'une valeur de 200 millions de dollars. Nous nous servons de ces crédits et nous en investissons aussi; nous arrivons également à faire participer le secteur privé parce que depuis toujours, le Fonds de la télévision canadienne est censé donner lieu à des collaborations entre nous et le secteur privé. Par conséquent, cet investissement de 70 millions de dollars est triplé du point de vue de son impact, puisqu'il permet de générer une programmation que nous pouvons ensuite mettre en ondes.

[Français]

**Le sénateur LaPierre:** Pourquoi ne le faites-vous pas? Si le comité de la Chambre des communes a proposé cette solution de préparer un plan magistral que vous appelez «Contrat with Canadians» aux niveaux local et régional, pourquoi attendez-vous que les politiciens vous le demandent? Vous avez une responsabilité directe envers le peuple canadien.

Vous pourriez préparer un plan d'action, afin de pouvoir rejoindre et parachever le but et l'idéal du réseau, qui est alimenté de sources locales et régionales. C'est dans les régions que les gens vivent. À mon point de vue, cela serait très important pour votre contrat que vous voulez développer avec le peuple canadien. Faites-le! N'attendez pas que les politiciens vous le demandent! Je vais être mort et vous, vous allez être vieux.

**M. Rabinovitch:** Je suis complètement d'accord. Nous sommes en train de développer cette idée au siège social avec les différents services. Nous attendons la réponse du gouvernement d'ici la fin du mois de novembre. J'espère que le gouvernement demandera à Radio-Canada de créer ce plan stratégique. Je suis prêt à le faire avec mon équipe. Mais d'abord, j'aimerais mieux avoir une audience pour soumettre ma demande.

[Traduction]

**Le sénateur LaPierre:** Je n'ai pas besoin de vous dire que nous vivons une période politique intéressante mais incertaine au Canada. J'ai une dernière question à vous poser.



[Translation]

You talk a great deal about values. I am quite familiar with the values of the Canadian Broadcasting Corporation, since I worked for the organization for years. But we are also talking about the fact that people determine the value of a program or an institution based on its ratings.

[English]

Ratings therefore become very important for the dispensers of funds, for the advertisers — for everything to happen. What is the relationship of the sanctity and sacredness of the values of the CBC to the need for people listening and knowing through ratings what this has done.

It seems that we are more interested in the ratings of people to determine how many are listening as opposed to the value of the program, if it has a small audience.

[Translation]

How do you reconcile all the demands constantly being made of CBC management?

[English]

**Ms. Taylor:** I have to say I am very wary of this rating slope. I do not want to sound as if I am saying it does not matter, because I understand people could question the value if we are producing programs that do not interest anyone. However, to just say it is the accumulation of numbers that gives something value is not an argument I will buy.

I will use the example of the Winnipeg ballet, which we produced last year. I do not have the exact figure, but between 200,00 and 300,000 people watched it. That is more than an entire year will see the ballet in person. You cannot say that it is not valuable because it does not draw the million viewers you get with hockey or however many viewers watch *Star Académie*.

It has a value to Canadians because no one else is doing it. It supports culture in this country and provides a venue for people who love cultural activities — whether it is ballet or opera to see it, who perhaps who cannot afford it or live in rural areas who do not have a ballet company. It has a value above and beyond the numbers that you will see on a rating slip.

I think public broadcasters constantly have to say, first and foremost it is our mandate, to do what others do not and cannot do, do not want to do or that we do better. We must make sure we do it to the best of our ability.

[Français]

Vous parlez beaucoup de valeurs. Je connais très bien les valeurs de Radio-Canada, ayant travaillé pendant des années pour cette société. Mais nous parlons aussi du fait que les gens reconnaissent la validité d'un programme ou d'une institution selon ses cotes d'écoute.

[Traduction]

Les cotes d'écoute deviennent alors très importantes pour les bailleurs de fonds, les annonceurs — pour que tout puisse se réaliser. Quel est le lien entre la sainteté des valeurs que défend la SRC et la nécessité pour les gens d'écouter vos émissions, et pour vous, de savoir par quoi cela se traduit au niveau des cotes d'écoute?

J'ai l'impression que le nombre d'auditeurs et la cote d'écoute d'une émission comptent plus que la valeur intrinsèque d'une émission, qui peut avoir seulement un petit public.

[Français]

Comment réconciliez-vous toutes ces demandes constantes faites au bureau de direction de Radio-Canada?

[Traduction]

**Mme Taylor:** Je dois dire que je me méfie beaucoup des cotes d'écoute. Je ne veux pas vous donner l'impression qu'elles ne comptent pas, parce que je sais très bien que les gens pourraient remettre en question la valeur de nos émissions s'ils se rendaient compte que ces émissions n'intéressent personne. Par contre, je pourrais difficilement accepter le principe selon lequel une émission a de la valeur simplement parce qu'elle a un certain nombre d'auditeurs ou de téléspectateurs.

Permettez-moi de citer l'exemple de l'émission sur le Ballet de Winnipeg, que nous avons produite l'année dernière. Je n'ai pas le chiffre exact, mais je peux vous affirmer qu'entre 200 000 et 300 000 personnes ont regardé cette émission. Ça, c'est plus que le nombre de personnes qui verront ce spectacle en personne au cours de toute une année. On ne peut pas dire qu'une telle émission n'est pas valable parce qu'elle n'attire pas un million de téléspectateurs, comme c'est le cas pour les matchs de hockey ou des séries comme *Star Académie*.

Les Canadiens sont attachés à ces émissions parce que personne d'autre ne leur offre ce genre de programmation. Notre programmation soutient la culture canadienne et permet aux gens qui adorent les activités culturelles — que ce soit un ballet, un opéra ou autre chose — d'en profiter, peut-être parce qu'ils n'auraient pas les moyens de le faire autrement ou parce qu'ils vivent en milieu rural où il n'existe pas de troupe de ballet. Donc, ces émissions ont une valeur qu'on ne peut assimiler à leur cote d'écoute.

Pour moi, les radiodiffuseurs publics doivent constamment affirmer que leur mandat consiste d'abord et avant tout à faire ce que les autres ne peuvent et ne veulent pas faire ou que nous sommes tout simplement à même de faire mieux que d'autres. Nous devons nous assurer de toujours faire de notre mieux.

It is nice when we do a *Random Passage* drama — which has matched the number that hockey gets on a couple nights. That is wonderful but that is not the value. That value was that it told a piece of Canadian history; it used Canadian producers and actors; it was seen across this country; and we did it in partnership with Ireland, which is a new way we are trying to leverage our dollars.

I do not want to play the ratings game and I will not play it with our six o'clock news. We are intentionally trying to do something different. We are not chasing ambulances; there are enough people doing that. We have to try and put the day's event into some kind of context and make it a forum for debate. I promise that will not get you huge ratings, but it is our responsibility.

**Senator Merchant:** I am a CBC listener, but I do want to follow on what Senator La Pierre was saying. I think you have a wonderful message but I think the pews are empty, and while the value may not be important to you, I think it is important to the ordinary Canadian.

I have in front of me the Broadcast Bureau of Measurement, BBM, figures from last spring. I do have copies if somebody else is interested in look at Saskatoon. It is the largest centre by population in Saskatchewan. I have the numbers for women listeners and for men listeners, of those who listened to radio, and television who get their news in this manner. The numbers for women are much better than the numbers for men. For women, your portion of the listening audience is at 3.5 per cent, and for men it is 1.4 per cent.

**Mr. Rabinovitch:** Are you talking about radio or TV?

**Senator Merchant:** It says full coverage here. Maybe you can help me. I do not know if these numbers are any different than the numbers you get in the larger centres such as Montreal, Toronto, Vancouver or Halifax. I think that it is important to have Canadians listen to you and I think this is something that you have to tackle.

**Mr. Rabinovitch:** We would not want to leave you with the impression that we are trying to run an elitist series of networks that do not care if people listen or watch. It is extremely important; it is important to our pride. We are professionals and we want to turn out a quality product that people want to see.

C'est toujours gratifiant de voir qu'un épisode d'une dramatique comme *Random Passage* puisse attirer autant de téléspectateurs qu'un match de hockey certains soirs. Très bien, mais ce n'est pas ainsi que nous en déterminons la valeur. La valeur d'une telle émission, c'est qu'elle permet de raconter une partie de notre histoire canadienne; nous avons eu recours à des producteurs et à des acteurs canadiens pour faire cette émission; elle a été présentée d'un bout à l'autre du Canada; et de plus, nous avons fait ça en partenariat avec l'Irlande, car ça c'est un autre moyen que nous avons trouvé de profiter au maximum des sommes que nous avons à investir.

Je ne veux pas jouer à ce jeu qui consiste à suivre constamment les cotes d'écoute, et je refuse de jouer ce jeu pour les émissions d'informations de 18 heures. Nous avons décidé sciemment d'essayer de faire quelque chose de différent. Nous n'avons pas l'intention d'être sur place chaque fois que quelqu'un appelle une ambulance; il y a déjà suffisamment de gens qui font ça. Nous devons nous efforcer plutôt d'inscrire les événements de la journée dans un contexte approprié et de faire en sorte que ces derniers suscitent un débat. Je vous garantis que ce genre d'approche ne nous vaudra pas de fortes cotes d'écoute, mais telle est notre responsabilité.

**Le sénateur Merchant:** J'écoute les émissions de CBC, mais je voudrais revenir sur ce que disait le sénateur La Pierre. À mon avis, votre message est formidable, mais le problème, c'est qu'il vous manque des clients, et même si la valeur de vos émissions ne vous semble pas bien importante, elle l'est certainement pour le Canadien ordinaire.

J'ai devant moi les résultats des sondages BBM pour le printemps dernier. J'ai d'ailleurs des copies, si d'autres s'intéressent aux résultats pour Saskatoon, qui est le plus grand centre de la Saskatchewan, selon le nombre d'habitants. J'ai les chiffres pour les hommes et les femmes — c'est-à-dire ceux et celles qui écoutent la radio et la télévision pour obtenir leurs informations. Les chiffres pour les femmes sont plus élevés que ceux pour les hommes. Disons que 3,5 p. 100 de vos auditeurs et téléspectateurs sont des femmes, par rapport à 1,4 p. 100 qui sont des hommes.

**M. Rabinovitch:** Vous parlez de la radio ou de la télévision?

**Le sénateur Merchant:** Ce document indique que c'est pour tous les types de services. Peut-être que vous pourriez m'aider. Je ne sais pas si ces résultats sont différents de ceux que vous avez obtenus dans de plus grands centres, comme Montréal, Toronto, Vancouver ou Halifax. À mon avis, il est très important que les Canadiens écoutent les émissions de la SRC, et j'estime par conséquent que vous devez vous intéresser à ce problème.

**M. Rabinovitch:** Je ne voudrais pas que vous restiez sur l'impression que nous désirons exploiter une série de réseaux élitistes et qu'il nous importe peu de savoir que les gens écoutent ou regardent nos émissions. Au contraire, c'est très important; c'est important pour notre orgueil. Nous sommes des professionnels et nous voulons offrir des produits de qualité exceptionnelle qui sauront intéresser les Canadiens.

We believe we have a mandate to do programming that nobody else will do and that will drive down the average number. If we “give up” Thursday nights, as we do, for what is called *Opening Night*, which is a high cultural program at the Royal Winnipeg Ballet, an opera, we are catering to a group that otherwise would not watch anything on television. In other words, we want “reach” as much as we want winning on any one night or program. We believe we are trying to serve all Canadians and give them a unique, different type of programming. We do reasonably well, in our large programs, like *Random Passage* and so on, which are well financed. We are very proud of the ratings they get.

On our morning programs, we have dedicated the whole period to children’s programming, to create a safe haven for kids. There is no advertising, so there is no demand to sell ads. The reality is, it is a much lower audience than if we were to buy Oprah Winfrey. If I want to serve a group of Canadians who would not otherwise get a service, like our kids, then you have to dedicate and recognize you will not get the audience share.

The numbers you are quoting are for radio only. In radio, we do extremely well across the country. Our radio services each year for the last four years have had the highest numbers they have ever had before and they have been going straight up. This has been driven by the local programs — particularly the morning and afternoon shows — which have a high popularity in both French and English. In many markets, we are number one or number two in terms of the number of people who listen to our shows.

We do a lot of shows on radio that are not designed for big audiences. Eleanor Wachtel’s program on books and writers, *Writers & Company*, is not designed to attract a large audience but it is designed to serve a crowd that would not otherwise have an audience.

With respect to Saskatoon, I would like to look at the numbers and find out why. It may be there is a problem that the local show is not what it should be. Thank you for bringing it to our attention and for the whole issue of talking about numbers.

**Senator Merchant:** Senator Gustafson also is from Saskatchewan this is what we hear — that CBC is not relevant to the person on the street.

À mon avis, nous avons comme mandat de produire des émissions que personne d’autre n’acceptera de produire et qui feront donc que le nombre moyen d’auditeurs ou de téléspectateurs sera moindre. Si nous acceptons de «sacrifier» le jeudi soir pour présenter une émission qui s’appelle *Opening Night*, qui est une émission de grande culture mettant en vedette le Royal Winnipeg Ballet ou des spectacles d’opéra, c’est parce que nous voulons répondre aux besoins d’un groupe qui ne regarderait jamais la télévision autrement. En d’autres termes, nous tenons tout autant à rejoindre autant de Canadiens que possible que d’avoir une forte cote d’écoute pour un soir en particulier ou une émission spéciale. Nous nous efforçons vraiment d’offrir un bon service à tous les Canadiens et surtout de leur offrir une programmation différente, voire unique. Nous nous en sortons assez bien pour nos séries, comme *Random Passage*, et cetera, qui sont bien financées. Nous sommes très fiers des cotes d’écoute que nous obtenons pour de telles émissions.

En ce qui concerne notre programmation du matin, nous consacrons toute la matinée à la programmation enfantine, pour créer un endroit où les enfants se sentent en sécurité. Il n’y a pas de publicité, et par conséquent, nous ne faisons pas l’objet de pressions pour vendre des messages publicitaires. Le fait est, cependant, que le nombre de téléspectateurs est bien moindre à cette période de la journée que si nous achetions les émissions d’Oprah Winfrey. Pour être en mesure d’offrir un service à un groupe de Canadiens qui n’en auraient pas autrement, comme nos enfants, il faut être prêt à lui consacrer toute une portion de votre temps d’antenne et à reconnaître que vous n’aurez peut-être pas la cote d’écoute que vous souhaiteriez.

Les chiffres que vous avez cités tout à l’heure ne concernent que la radio. Nous nous débrouillons très bien pour ce qui est de la radio dans toutes les régions du pays. Chaque année depuis quatre ans, nous avons les plus fortes cotes d’écoute pour les services radiophoniques que nous ayons jamais eues, et elles ne cessent d’augmenter. Ça, c’est le résultat de notre programmation locale — notamment les émissions du matin et de l’après-midi, qui sont extrêmement populaires, à la fois en français et en anglais. Dans bien des marchés, nous sommes classés premier et deuxième du point de vue du nombre d’auditeurs.

Pour produisons beaucoup d’émissions pour la radio qui ne sont pas conçues pour joindre un grand nombre d’auditeurs. Par exemple, l’émission d’Eleanor Wachtel sur les livres et les écrivains, *Writers & Company*, n’est pas conçue pour joindre un grand public, mais plutôt pour répondre aux besoins d’un groupe particulier qui serait négligé autrement.

En ce qui concerne Saskatoon, j’aimerais examiner les chiffres et essayer de comprendre pourquoi il en est ainsi. Il y a peut-être un problème, en ce sens que l’émission locale laisse peut-être à désirer. Merci d’avoir attiré notre attention sur cette situation et de nous avoir parlé de toute la question des cotes d’écoute.

**Le sénateur Merchant:** Le sénateur Gustafson vient également de la Saskatchewan et c’est ce que nous entendons dire — à savoir que CBC n’interpelle pas les Canadiens ordinaires.



While you do your own polling and give us numbers, I read something in *The Globe and Mail* where you said nine out of ten people responded in support of CBC/Radio-Canada. I guess that depends on the kind of question you ask. My question is — not to be contrary but because I am interested — do you know what it costs per unit, per listener, per hour? What does it cost Canadians to have the CBC?

**Ms. Taylor:** For all the services that we do — French, English, eight Aboriginal languages, radio, television, internet, international service as well and our audio service — the cost is \$29 per Canadian, per year. That is really important for Canadians to realize, because I think sometimes if you are talking about the budget as a whole, you are not thinking about what that means to one individual.

There are other ways of looking at this reach — Mr. Rabinovitch used a word that is really important. “Reach” means that we touch as many Canadians as possible. That does not mean for one minute they are going to like our whole schedule. However, I hope they can look to CBC/Radio-Canada somewhere and say, there is something that I get on CBC/Radio-Canada that I cannot possibly get anywhere else on either the American networks or the private Canadian networks, therefore, we are doing a service and providing that service from \$29.

We are sensitive — especially in the regions — we know we have work to do. I agree with you absolutely. The only way we can do that work is to get back in the communities. In Saskatchewan, we have greatly increased our coverage. When I had the pleasure of visiting Regina, I kept hearing expressions of thanks that we now have journalists around the province; they are just sitting in Regina informing about everything about Saskatchewan. We can now have pocket bureaux around the province that every day can feed.

As a journalist, I used to sit in newsrooms as well. If you are in Regina and you see that there might be a story up in another part of the province, the editor would have to determine how long it would take to drive there, how fast we could get the pictures, how soon we could return and whether we could get the story on the air by six o'clock. When all that was factored, the editor would ask whether it was that important a story. Frequently the decision would be that it was probably not so we went with what we had.

Je sais que vous faites vos propres sondages et que vous nous donnez des chiffres, mais j'ai lu quelque chose dans le *Globe and Mail* où on disait que neuf personnes sur 10 appuient CBC/Radio-Canada. Je suppose que tout dépend du genre de questions qu'on leur pose. Moi, je leur poserais la question que voici — non pas pour être difficile, mais parce que ça m'intéresse: savez-vous combien cela coûte pour chaque unité, chaque auditeur, et chaque heure? Combien cela coûte-t-il aux Canadiens d'avoir la SRC?

**Mme Taylor:** Pour tous les services que nous offrons — en français, en anglais, dans huit langues autochtones, la radio, la télévision, Internet, le Service international, de même que notre service audio, le coût est de 29 \$ pour chaque Canadien, chaque année. Il faut absolument que les Canadiens s'en rendent compte, d'ailleurs, parce qu'à force de parler du budget global, on oublie ce que cela représente pour une personne.

Il y a d'autres façons de concevoir cette capacité de joindre les Canadiens — le concept dont vous a parlé M. Rabinovitch est bien important. Pour nous, cela veut dire que nous devons essayer de joindre autant de Canadiens que possible. Cela ne veut pas dire — pas du tout — qu'ils vont aimer la totalité de notre programmation. Mais j'espère qu'ils pourront se dire que grâce à CBC/Radio-Canada, ils ont accès à des émissions qu'ils ne pourraient obtenir nulle part ailleurs — ni sur les chaînes américaines, ni sur les chaînes canadiennes privées, et par conséquent, nous leur rendons un service valable qui leur coûte 29 \$.

Nous sommes sensibles à la situation, surtout dans les régions, et nous savons que nous avons du travail à faire à cet égard. Je suis entièrement d'accord avec vous. Et pour être en mesure de faire ce travail, nous devons rétablir notre présence dans les localités. En Saskatchewan, nous avons beaucoup élargi notre couverture. Quand j'ai eu le plaisir de visiter Regina, les gens me remerciaient sans arrêt d'avoir fait en sorte que nous ayons des journalistes dans différentes parties de la province; ils ne se contentent pas d'informer la population de tout ce qui se passe en Saskatchewan à partir de Regina. Nous avons maintenant des micro-bureaux dans différentes parties de la province qui sont en mesure de nous faire des reportages tous les jours sur ce qui se passe dans les différentes localités.

En tant que journaliste, moi, aussi, j'avais l'habitude de passer du temps dans les salles des nouvelles. Si on était à Regina et qu'on savait qu'il y aurait peut-être un reportage intéressant à faire dans une autre partie de la province, le directeur de la rédaction aurait eu à déterminer combien de temps il faudrait pour s'y rendre en voiture, en combien de temps on pourrait obtenir des images, quand on pourrait être de retour, et dans quelle mesure il serait possible d'avoir un reportage pour les informations de 18 heures. Compte tenu de tous ces facteurs, le directeur de la rédaction se demandait forcément dans quelle mesure ce reportage était vraiment important. Fréquemment on décidait qu'il n'était sans doute pas si important que ça et on acceptait de diffuser les reportages qu'on avait.

We have turned all of that on its head now. We have journalists sitting right across the country, particularly in Saskatchewan where the stories are happening and they are feeding it immediately in to us.

**Senator Merchant:** You said that it costs \$29 per year per Canadian. I asked a different question. Of your listeners, do you know what it costs for me? What are Canadians who are not listening, paying for me to have CBC?

**Mr. Rabinovitch:** I cannot bet that specific. The figure of \$29 per Canadian is for the entire service called the CBC/Radio-Canada and all of its services. I do not know what the cost is for per Canadian who listens to the radio as compared to watching the news or hockey. The costs by the kind of programming genre we do. Some program genres such as drama are very expensive. They have a good audience. However, to divide the cost of the program by the size of the audience, I do not think is a fair measure of the relevance and importance of the program to individuals.

I would add that the BBC has a licence fee so it is per television. Assume you only have one television in the house; the cost is 116 pounds per year as compared to our cost. If you have three or four televisions, the figure is multiplied by that. Therefore, it gives you an idea in the terms of the difference in how Canada is funding a public broadcaster.

[Translation]

**Senator Corbin:** My cable subscription costs me more than 475 \$ a year. I do not have access to all the channels that are available. I am prepared to pay a lot more than 29 \$ a year for Radio-Canada's programming. The quality of its programming far exceeds what is available anywhere else.

I am from New Brunswick, in the Atlantic region. I would like to know more about your operations in that area. When I worked for Radio-Canada and CBC in Fredericton, I had frequent contact with Radio-Canada's office in Moncton. A common complaint was that it was the CBC in Halifax setting the budget for Radio-Canada's bureau in Moncton. Have things changed since then?

**Mr. Rabinovitch:** I will have to get that information and send it to you at a later date. Moncton is our hub in Eastern Canada for the French-language network. Halifax is the hub and regional centre for English-language services. French-language services are controlled to some extent by Moncton. English-language services are controlled to some extent by Halifax. They have regional budgets. I can tell you that the budget for English-language services, say in New Brunswick, is not being determined by Halifax. This is determined jointly with head office.

Maintenant tout cela a changé. Nous avons des journalistes dans des bureaux d'un bout à l'autre du pays, et notamment en Saskatchewan où il se passe bien des choses et que nos journalistes peuvent nous transmettre immédiatement leurs reportages.

**Le sénateur Merchant:** Vous avez dit que vos services coûtent 29 \$ par an à chaque Canadien. Mais la question que je vous ai posée était différente. Par rapport à l'ensemble de vos auditeurs, savez-vous combien cela vous coûte de m'offrir vos services? Autrement dit, combien coûte-t-il aux Canadiens qui n'écourent pas les émissions de la SRC de m'offrir vos services?

**M. Rabinovitch:** Je ne peux pas vous donner un chiffre aussi précis. La somme de 29 \$ pour chaque Canadien qu'on vous a citée concerne l'ensemble des services de la SRC, et donc de CBC/Radio-Canada. Je ne sais pas quel est le coût pour un Canadien qui écoute la radio, par opposition à un téléspectateur qui regarde les informations ou les matchs de hockey. Nous n'avons pas ventilé les coûts en fonction du genre de programmation dont il s'agit. Certains types d'émissions, comme les dramatiques, coûtent très cher. Mais la cote d'écoute est bonne. Si je devais répartir le coût des émissions en fonction du nombre d'auditeurs ou de téléspectateurs, il me semble que cela ne correspondrait pas à une très juste mesure de la pertinence et de l'importance de ces émissions pour les personnes qui en bénéficient.

Je me permets d'ajouter que la BBC fait payer une redevance pour chaque poste de télévision. Si vous n'avez qu'un seul poste de télévision chez vous, vous aurez à payer 116 livres par an, par opposition à ce que nous vous faisons payer. Si vous avez trois ou quatre postes de télévision, vous pouvez multiplier cette somme d'autant. Cela vous donne donc une idée de la différence entre le Canada et d'autres pays pour ce qui est du financement des services du radiodiffuseur public.

[Français]

**Le sénateur Corbin:** Mon abonnement au câble me coûte plus de 475 \$ par année. Je n'ai pas tous les canaux disponibles. Je suis prêt à payer beaucoup plus que 29 \$ par année pour la programmation de Radio-Canada. Elle dépasse en qualité l'ensemble de toutes les autres programmations.

Je suis du Nouveau-Brunswick, de la région de l'Atlantique. Je voudrais en savoir davantage sur vos opérations dans cette région. À l'époque où je travaillais pour Radio-Canada, CBC à Fredericton, j'étais en contact fréquent avec Radio-Canada à Moncton. Une plainte courante était que c'était la CBC de Halifax, qui déterminait le budget de Radio-Canada Moncton. La situation a-t-elle évolué depuis ce temps?

**M. Rabinovitch:** Je vais chercher l'information et vous le préciser plus tard. Moncton est notre poste central de l'Est du Canada du côté francophone. Halifax est le poste central et le centre régional des services anglophones. Les services français sont contrôlés plus ou moins par Moncton. Les services anglais sont contrôlés, plus ou moins, par Halifax. Ils ont des budgets régionaux. Ce n'est pas seulement Halifax qui décide du budget des services en anglais, disons au Nouveau-Brunswick. Ils le font conjointement avec le siège social.



**Senator Corbin:** I would appreciate your sending me that information through the Committee Clerk. Ms. Taylor addressed my main question. The role of the ombudsman for both Radio-Canada and the CBC is to respond to public complaints.

In relative terms, how successful have you been overall in meeting the expectations of the public or responding to their complaints? Would you say your performance is outstanding in that respect? Are people still coming back to you to say they are dissatisfied, even after there has been an investigation? How does that work at the Corporation?

**Ms. Taylor:** It is very successful.

[English]

I know that our chief journalists on the French and English sides, Tony Burman, Alain Saulnier, and Claude Saint-Laurent, will be able to give you the specifics when the Chair decides they will come.

[Translation]

**Senator Corbin:** Is the ombudsman here?

**Ms. Taylor:** No.

**Senator Corbin:** Some witnesses have advocated creating an ombudsman for all media in Canada. This would be an organization the public could turn to to complain about information published in newspapers, or news stories on radio, television, or even the Internet. If that were to happen, would you get rid of your ombudsman at CBC/Radio-Canada?

**Mr. Rabinovitch:** I did not get what you said about our ombudsman. They are there to respond to complaints about CBC/Radio-Canada's services.

**Senator Corbin:** Do they receive complaints from the public or from unionized employees working for the Corporation?

**Mr. Rabinovitch:** They respond to public complaints. Sometimes those complaints are addressed to them by unionized workers acting as citizens.

Their role is to examine complaints if people believe that the information they have been given is biased. They analyze the program and provide a very detailed report both to the complainant and to our Board of Directors.

**Senator Corbin:** Are you able to resolve these complaints to everyone's satisfaction?

**Mr. Rabinovitch:** After responding to a complaint, quite often I or the ombudsman will receive a letter.

[English]

"At least you heard me, thank you very much." There is very often satisfaction. Quite frankly, there are times when the Ombudsman will say a mistake was made and that we must correct that mistake. Sometimes it means a change in policy, in which case the senior journalists will work with management and

**Le sénateur Corbin:** J'apprécierais que vous me fassiez parvenir l'information par correspondance adressée au greffier du comité. Madame Taylor a abordé ma question principale. L'ombudsman à Radio-Canada autant qu'à la CBC est là pour répondre aux griefs du public.

En termes relatifs, quel degré de succès avez-vous eu à rencontrer les attentes ou à répondre aux griefs du public en général? Votre performance est-elle exceptionnelle? Les gens expriment-ils ou maintiennent-ils, même après enquête, leur insatisfaction? De quelle façon fonctionne votre société?

**Mme Taylor:** Le succès est très élevé.

[Traduction]

Je sais que nos principaux journalistes du côté des réseaux à la fois français et anglais, soit Tony Burman, Alain Saulnier, et Claude Saint-Laurent, pourront vous donner des informations précises à ce sujet, lorsque la présidente décidera que c'est leur tour.

[Français]

**Le sénateur Corbin:** L'ombudsman est-il ici?

**Mme Taylor:** Non.

**Le sénateur Corbin:** Certains témoins ont prôné l'établissement d'un ombudsman pour l'ensemble des médias au Canada. Un service où le public pourrait s'adresser pour exprimer ses griefs quant aux informations contenues dans les journaux, celles de la radio, de la télévision et même de l'Internet. Si cela se faisait, voudriez-vous abandonner vos ombudsmans à Radio-Canada?

**M. Rabinovitch:** Je n'ai pas compris ce que vous avez dit au sujet de notre ombudsman. Ils sont là seulement pour répondre aux plaintes sur les services de CBC/Radio-Canada.

**Le sénateur Corbin:** Reçoivent-ils les plaintes du public ou celles des syndicalistes de Radio-Canada?

**M. Rabinovitch:** Ils répondent aux plaintes du public. Parfois ce sont des plaintes de syndicalistes en tant que citoyen.

Leur rôle est d'analyser les plaintes si des personnes pensent que les informations sont biaisées. Ils analysent le programme et donnent un rapport très détaillé à chaque personne ainsi qu'à notre conseil d'administration.

**Le sénateur Corbin:** Arrivez-vous à régler ces plaintes de façon satisfaisante pour tout le monde?

**M. Rabinovitch:** Assez souvent après la réponse aux plaintes, je reçois ou l'ombudsman reçoit une lettre.

[Traduction]

On nous dit souvent: «Au moins vous avez voulu entendre mon son de cloche, et je vous remercie beaucoup.» Très souvent les gens sont satisfaits. Il arrive évidemment que l'ombudsman fasse une erreur et que nous soyons obligés de prendre des mesures correctives. Parfois cela suppose un changement de politique,



come to the board with a policy change. Sometimes the board will say, as a result of an Ombudsman response that the management should look at a change in their policy.

[Translation]

**Senator Corbin:** On average, how many complaints do you receive per year?

**Mr. Rabinovitch:** The figures are presented in the report. There is a difference between the English language and French language services. I will send you a copy of that report.

[English]

**Senator Eyton:** I am a great supporter, in particular of CBC radio. I share some of the sentiment expressed earlier, that I sometimes detect a left bias. I am a regular listener to Andy Barry in the morning and he strikes me often that way and I get upset, and then I say to myself, that is why he is there. He kind of wakes me up and I charge out. In a sense, I have now made my peace with all of that. I continue to be a supporter. Someone such as Stuart McLean is a priceless treasure that each and every one should value and embrace.

I understand how a business organization works and the role of chair and the board and management. In the case of broadcasting, there is the production community and then the listeners — your consumers whom you try to satisfy. In all of that, you are similar to your private sector counterparts.

The difference is that the private sector counterparts have values but they are tucked within a need to get a return on their investment. They are accountable to the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, the CRTC. That works or kind of works, I suppose it is probably as in all things not perfect.

However, the CBC is very different because it has a different kind of return. It is not a return on investment although you may measure it in some ways and do have some private sector involvement and revenue. However, I am curious that you continue to be accountable to the CRTC: You explain your programming and get renewals from time to time. The CRTC is, after all, a government creation and creature. At the same time, you are dependent on your funding from the same federal government. Therefore, the ministers hand out money or tell you that you have so much in your budget, and then you have a government creature and the persona of the commission that sets out the terms and conditions for your licence renewal.

auquel cas les journalistes principaux devront travailler avec la direction et proposer un changement de politique au Conseil d'administration. Des fois le Conseil d'administration décidera, suivant la réponse donnée par l'ombudsman, qu'il convient que la direction envisage de modifier sa politique.

[Français]

**Le sénateur Corbin:** En moyenne, combien de plaintes recevez-vous par année?

**M. Rabinovitch:** Les chiffres sont dans le rapport. Il y a une différence entre le service en anglais et le service en français. Je vais vous envoyer une copie de ce rapport.

[Traduction]

**Le sénateur Eyton:** Je suis un fervent partisan de la Société Radio-Canada, et notamment des services de radio du réseau anglais. Je suis un peu d'accord avec certaines des observations qui ont été faites tout à l'heure, en ce sens que j'ai souvent l'impression que les gens que j'écoute ont une prévention en faveur de la gauche. J'écoute régulièrement l'émission d'Andy Barry le matin, et j'ai souvent cette impression, ce qui ne manque jamais de me mettre en colère... mais après je me dis, c'est bien pour ça qu'il est là. Il me réveille en quelque sorte et je sors de chez moi ravigoté. Au fond, j'ai accepté tout cela dans un sens. Je continue de soutenir la SRC. À mon sens, quelqu'un comme Stuart McLean est un véritable trésor que nous devrions tous chérir.

Je sais comment fonctionne une société et quels sont les rôles du président, du conseil d'administration et de la direction. Dans le secteur de la radiodiffusion, vous avez les producteurs et les auditeurs — les consommateurs que vous essayez de satisfaire. À cet égard, vous êtes semblables à vos homologues du secteur privé.

La différence entre vous et eux, c'est que vos homologues du secteur privé ont des valeurs qui viennent en deuxième lieu, après la nécessité d'obtenir un rendement de leur investissement. Ils sont comptables envers le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, soit le CRTC. C'est un système qui est relativement efficace, mais je suppose que, comme pour toute chose, il n'est pas parfait.

Mais la SRC est très différente parce que son rendement est d'une toute autre nature. Il ne s'agit pas d'un rendement de l'investissement, bien que vous arriviez à mesurer cela de diverses façons, que vous fassiez participer le secteur privé, et que vous ayez certains revenus. Mais je trouve curieux que vous continuiez d'être responsables devant le CRTC: vous expliquez en quoi consiste votre programmation et vos licences sont renouvelées de temps à autre. Après tout, le CRTC est une émanation du gouvernement. En même temps, vous dépendez de ce même gouvernement fédéral pour obtenir votre financement. Par conséquent, les ministres vous donnent des crédits ou vous disent que vous aurez droit à tant d'argent pour votre budget, et ensuite une autre créature gouvernementale, en la personne du CRTC, vous dit dans quelles conditions votre licence sera renouvelée.

Can you comment on that? It seems to me there must be a tension there that is not entirely rational: that the government speaks to you, they should say, here is your job and the money. In one case, you have someone, here is your job, and someone kind of in the same organization says, here is your money.

Can you comment on that creative tension?

**Ms. Taylor:** I will certainly let Mr. Rabinovitch speak to this. He had a very specific example of what you are talking about. There is tension without question. About two years ago, we found ourselves in a situation whereby the CRTC, as a condition of licence, made a very detailed list that one would consider management or operations in terms of what the CBC should do. In this case, the government funding was being cut and there was no possibility in the world that we could meet those conditions.

**Mr. Rabinovitch:** It is a very interesting model. I do not think there is any other model like it in the world. Our broadcasting system is very unique. It really is a public/private partnership with a regulator whose job is to interpret the act. Yet we are both in the act and we have very explicit instructions in the act as to what we are expected to do.

There is very much an opportunity for conflict. In its report, the heritage committee highlighted these problems. There certainly have been times when the commission and the CBC have not gotten along very well at all, where the commission believed that the CBC should not be given different licences, et cetera. There have been some difficult times.

However, there is a mechanism within the act that allows for working out disagreements. That mechanism basically is referral to the minister of both sides, and as well, a referral when the CBC is not seen to be meeting the conditions of licence as determined by the commission.

I can remember only one occasion when it was used. It was referred up in 1976. However, generally speaking that has not been the case. The commission serves a very important purpose because it allows for hearings where the CBC is accountable to the public via the hearing process for what it is has been doing. The commission tries to balance what it hears from interveners with what the CBC would like to do. There is logic there.

About four years ago, shortly after I was appointed, I quite publicly expressed my personal feeling that the commission crossed the bounds and got into micromanagement. In particular, they focused on movies that we could show and type of programming by genre that they expected us to do. We said that we could not live with this. Their real objective was that we become more of a public broadcaster with a stronger focus on

Pourriez-vous me dire ce que vous pensez de tout cela? Il me semble qu'il doit y avoir une certaine tension qui n'est pas tout à fait rationnelle — autrement dit, si le gouvernement vous donne des directives, il devrait vous dire: voici votre mandat, et voici l'argent dont vous avez besoin pour le remplir. Dans un cas, quelqu'un vous dit: voici votre mandat, alors qu'un autre membre de la même organisation vous dit: voici votre argent.

Pourriez-vous commenter cette tension créative dont je vous parle?

**Mme Taylor:** Je vais certainement demander à M. Rabinovitch de participer à la réponse. Il vous a cité un exemple bien concret de ce dont vous parlez. Il ne fait aucun doute qu'il existe une tension. Il y a environ deux ans, nous nous sommes trouvés dans la situation de nous faire imposer par le CRTC une liste très détaillée de conditions de licence qui correspondaient à des questions qui relèveraient normalement de la direction de la SRC ou qui étaient de nature opérationnelle, disons. Dans ce cas-là, le gouvernement nous réduisait notre financement en nous imposant des conditions qu'il nous aurait été impossible de remplir.

**M. Rabinovitch:** C'est un modèle très intéressant. À mon avis, il n'en existe pas de semblable dans le monde. Notre système de radiodiffusion est tout à fait unique. Il s'agit en réalité d'un partenariat entre les secteurs public et privé, et au milieu de tout cela, nous avons un organisme de réglementation dont le mandat consiste à interpréter la loi. Mais nous sommes tous les deux visés par la loi, et cette dernière renferme des instructions bien explicites en ce qui concerne ce qu'on attend de nous.

Par conséquent, les possibilités de conflits sont nombreuses. Dans son rapport, le Comité du patrimoine a justement mis le doigt sur ces difficultés. À différentes époques, le Conseil et la SRC n'ont vraiment pas été sur la même longueur d'onde — c'est-à-dire que le Conseil était convaincu que la SRC devrait avoir des licences différentes, et cetera. Il y a donc eu des périodes assez difficiles.

Il reste que la Loi prévoit un mécanisme pour le règlement de ce genre de désaccords. Ce mécanisme prévoit que la question soit renvoyée au ministre pour que ce dernier ou cette dernière entende les deux sons de cloche et il en va de même pour des situations où la SRC serait considérée comme n'ayant pas rempli les conditions de licence établies par le Conseil.

Je me souviens d'une seule occasion où on a eu recours à ce mécanisme. Il y a eu un tel renvoi en 1976. Mais de façon générale, on n'y a pas eu recours. Le Conseil remplit une mission bien importante puisqu'il tient des audiences publiques où la SRC doit rendre compte de ses activités devant le public. Le Conseil s'efforce de faire la part des choses entre ce que lui disent les intervenants et les souhaits ou desiderata de la SRC. Donc, il y a une certaine logique dans tout ce processus.

Il y a environ quatre ans, peu de temps après ma nomination, j'ai exprimé le sentiment personnel que le Conseil avait dépassé les limites et cherché à faire de la microgestion. Ce dernier nous disait entre autres quels types de films et de programmation nous devrions présenter dans chaque catégorie. Nous lui avons clairement indiqué qu'il nous serait impossible de respecter de telles conditions. Son véritable objectif était de faire en sorte que



public broadcasting. We fully accepted that and asked for some time to do that. That is what has happened; we have moved in that direction. We went back to the commission about six months ago and asked for relief from a particular condition of licence. In their response they said, yes, you are really doing what we wanted you to do and we will get out of that field and they did.

One would hope that we are all trying to do the same thing, all trying to build a quality broadcasting system. We are trying to build a quality public broadcasting system, which is very sensitive to its use of funds. The commission is trying to regulate the entire broadcasting field. We just hope we can work things out and normally we do.

**Senator Eyton:** It seems to me that it odd that one body says, "Here is your job," and then there is a second opinion, which is the first string. The first string is critical to doing your job. If I had to have a choice between someone saying, "Here is your job," with a job description, and the first string, I would take the first string every time. That is compelling. There is not a whole lot of argument about that. I am not sure I understand how it works yet, but I will pass on that, because I have one other question.

You talked about Canadians talking to Canadians, and you did refer to some of the international broadcasting you are doing now where, in effect, Canadians hear voices from abroad. That is all very well. The world is changing very dramatically in many ways and our relationship with the U.S., in particular, is absolutely critical. In some ways, because of relationships, because of trade, because of investment, because of proximity, it is far and away our most important concern, and should be. To some important extent — and growing — Mexico is part of that because of NAFTA and because of increasing trade and all of the different connections and relationships that develop because of more investment, more trade and more travel.

What is the CBC doing to tell the rest of the world about Canada at a time when the world is getting smaller? It is important that the rest of the world hears something of us, in the same way that we are learning more about them.

**Ms. Taylor:** Mr. Rabinovitch will talk about some of the specific actions we have taken. I think this is crucial. I do think that Canada has the opportunity to play a role internationally. We are a country that has values and compassion. We are

nous devenions un radiodiffuseur public qui mette davantage l'accent sur la radiodiffusion publique. Nous avons accepté volontiers une telle mission en lui expliquant qu'il nous faudrait un certain temps pour la remplir. Voilà donc ce qui s'est produit; nous avons justement pris une telle orientation. Nous avons recomparé devant le Conseil il y a six mois en lui demandant de nous dispenser d'une certaine condition de licence. La réaction du Conseil était de nous dire: oui, vous faites vraiment ce qu'on vous a demandé de faire, si bien que nous n'allons plus nous mêler de vos affaires — et c'est ce qu'il a fait.

On peut espérer que nous avons tous le même objectif, c'est-à-dire de créer un système de radiodiffusion de qualité exceptionnelle. Nous voulons tous créer un système de radiodiffusion public sans pair dans le cadre duquel les crédits sont utilisés à bon escient. Le Conseil essaie de réglementer l'ensemble du secteur de la radiodiffusion. Nous espérons toujours en arriver à une solution, et normalement, nous y arrivons.

**Le sénateur Eyton:** Je trouve tout de même curieux que le chef d'orchestre vous dise: «Voici votre mandat,» et qu'ensuite le premier violon vous fasse part de son opinion à lui. Or le rôle du premier violon est critique dans ce que vous faites. Si je devais choisir entre quelqu'un qui vous dise: «Voici votre mandat,» en vous remettant une description de tâches, et le premier violon, je choisirais toujours le premier violon. C'est tout de même assez clair. Il n'y a pas beaucoup de gens qui trouveraient à redire sur cette façon de faire. Je ne suis pas sûr de savoir comment ça marche encore, mais je ne vais pas insister là-dessus parce que j'ai une autre question à vous poser.

Vous avez parlé du fait que les Canadiens doivent pouvoir parler entre eux, et vous avez fait allusion à vos activités de radiodiffusion internationale qui permettent justement aux Canadiens d'entendre les récits de personnes vivant à l'étranger. C'est très bien. Le monde est sujet à des mutations très profondes en ce moment et nos rapports avec les États-Unis, en particulier, sont tout à fait critiques. À certains égards, à cause de nos rapports privilégiés, de nos échanges, des investissements réciproques, et de la proximité entre nos deux pays, les États-Unis représentent notre préoccupation la plus importante, et c'est tout à fait normal. De plus en plus, le Mexique est logé à la même enseigne à cause de l'ALENA, de l'accroissement de nos échanges et de toutes les relations différentes qui se créent par suite d'une intensification des investissements, du commerce et des déplacements.

Que fait donc la SRC pour raconter ce qui se passe au Canada au reste du monde, à une époque où le monde se rapetisse? Il importe que le reste du monde sache ce qui se passe chez nous, tout comme nous apprenons beaucoup de choses sur les autres pays.

**Mme Taylor:** M. Rabinovitch pourra vous parler des mesures concrètes que nous avons prises à cet égard. Mais cela me semble tout à fait critique. À mon avis, le Canada a l'occasion de jouer un rôle sur la scène internationale. Nous sommes un pays de



bilingual and multicultural; Canada is a very interesting country. We should be playing a part in the international debate. Our voice certainly should be heard.

Part of having our voice heard is having our Canadian reporters out there commenting on what is happening and feeding it back in. The other part is getting our stories out onto the international stage. I have pitched to various cabinet ministers and perhaps to future prime ministers the idea that the Canada agenda — which I think is starting to coalesce — involves a role for the CBC, as the public broadcaster, to be out there in a way with which we are all familiar. The BBC, for example, plays that kind of role for England.

We do not have a lot of dollars to throw at this to do this well, so we are trying to be imaginative and look to our natural partnerships. I think you will see more and more partnerships with other public broadcasters around the world, so that we start to share programming and so that our programming will start to get out a bit.

I am somewhat worried about our Newsworld International situation in the United States. As we all know, the company is changing hands there. I do not know if our contract is secure or not.

Mr. Rabinovitch and I have talked about other ways to get our voice into the United States. For instance, our Iraq war coverage was picked up by some surprising places, including some cable firms in the U.S., and the Home Shopping Network, which was looking for an alternate voice. I know it sounds strange, but that is the truth. We had responses about how refreshing it was to hear this other point of view. That is our argument before you today: We are just one of the choices, but we think we are an important voice to be heard in the whole spectrum of broadcasting.

The parliamentary committee has suggested we draw up a regional programming and cost it. In the same way, perhaps there will be an opportunity, with the Minister of Foreign Affairs, to draw up some sort of international idea on coverage. Perhaps there is a way that we can work closely to find some dollars for that as well.

**Mr. Rabinovitch:** The point is extremely important. We are talking about a two-way street: How do we understand what is going on in the world and how do we explain it to Canadians? We have talked about how we have services and journalists in various countries, but there is also the Canadian story to get out. In many ways, the Canadian story is the way we tell the international story. It has been quite exciting to find very significant American

compassion qui chérit certaines valeurs. Nous sommes un pays bilingue et multiculturel; le Canada est un pays très intéressant. Nous devrions donc participer au débat international. Il importe que nous nous fassions entendre.

Et pour nous faire entendre, nous devons justement avoir des journalistes canadiens dans les différentes régions du monde pour analyser ce qui s'y passe et nous en parler. Il faut aussi que nous racontions sur la scène internationale. J'ai fait la promotion, auprès de différents ministres et peut-être à des premiers ministres futurs, de l'idée selon laquelle les priorités canadiennes — qui commencent à se préciser — soient présentes et soient communiquées de la manière que nous connaissons tous par la SRC, en sa qualité de radiodiffuseur public. Par exemple, la BBC joue ce genre de rôle pour l'Angleterre.

En même temps, nous n'avons pas beaucoup d'argent à consacrer à ce genre d'initiative, et par conséquent, nous essayons de faire preuve d'imagination et d'établir des partenariats naturels. À mon avis, nos partenariats avec d'autres radiodiffuseurs publics du monde se multiplieront dans les prochaines années, si bien que nous pourrions partager avec autrui notre programmation pour que d'autres en profitent.

Par contre, la situation de Newsworld International aux États-Unis m'inquiète un peu. Comme nous le savons tous, la compagnie concernée change de propriétaire. Je ne sais pas dans quelle mesure notre contrat est sûr.

M. Rabinovitch et moi avons parlé d'autres moyens de faire entendre notre voix aux États-Unis. Par exemple, notre couverture de la guerre en Iraq a été reprise, aussi étonnant que cela puisse paraître, par certaines compagnies de câblodistribution américaines, et par le Home Shopping Network, qui cherchait à présenter une autre perspective. Je sais que cela vous semblera peut-être étrange, mais c'est la vérité. Nous en avons eu des échos qui nous ont permis de comprendre que les gens trouvaient rafraîchissant d'entendre un autre point de vue. Voilà donc l'argument qu'on vous fait valoir aujourd'hui: nous ne sommes qu'un choix parmi d'autres, mais nous estimons que notre optique, par rapport à toutes celles qui composent le secteur de la radiodiffusion, en est une qu'il est important d'entendre.

Le comité parlementaire a proposé que nous définissions une programmation régionale en évaluant les coûts. De la même façon, nous pourrions peut-être, de concert avec le ministère des Affaires étrangères, d'élaborer un projet d'activité internationale. Peut-être pourrions-nous collaborer de façon à trouver des crédits permettant de financer de telles activités.

**M. Rabinovitch:** Cette question est tout à fait critique. Nous parlons de communication réciproque: comment faisons-nous pour comprendre ce qui se passe dans le monde et comment expliquons-nous ces événements aux Canadiens? Nous avons expliqué que nous assurons des services et que nous avons des journalistes dans différents pays du monde, mais nous avons aussi comme responsabilité de présenter les récits des Canadiens à ce

audiences tuning to Newsworld International and to the CBC, when CBC is on C-SPAN. During major crises, CBC has often been picked up.

We see the response in e-mails. Americans see what Canadians are about and they see that we are different. Canadians look at stories differently and our analysis is different. Just as our friends at BBC World did very well during the Iraq war — that is, the heavy part of the Iraq war; the war itself still continues. A lot of people in the United States turned to them and also to Newsworld International. We view it completely as another analysis — different from the Fox or CNN view. That is extremely important. Our values are told through our telling of the story.

Similarly, we have Radio-Canada International, or RCI, which broadcasts in seven languages. RCI is extremely underfunded. It has been close to dying several times. The government finally gave us the money in our budget this year. We find out once a year if we will get money to continue the service. It is terribly underfunded for the role that Madam Taylor was just describing — the role that we believe we should be playing in getting the Canadian message out.

We have had some conversations with the Department of Foreign Affairs — especially now with the possibility of extending NAFTA into other Latin America countries — about the possibility of broadcasting to Brazil in Portuguese, because of the importance of getting the Canadian message out.

The one I would not like to forget is TV5. TV5 is a partnership of French broadcasters from around the world with a potential audience of over 250 million. We play a very significant role on TV5. The Government of France has just announced a French CNN. We are in discussions with them about either developing a partnership or becoming a supplier of Canadian stories to them.

You are absolutely right. It is critical, from our point of view, but it is an area that is underfunded.

**The Chairman:** Senators, Mr. Rabinovitch and Ms. Taylor must leave us in 10 minutes and three of the most illustrious

sujet. À bien des égards, nos récits canadiens correspondent à notre façon d'interpréter les événements internationaux. Nous avons trouvé tellement intéressant de constater que différents segments du public américain ont voulu suivre les informations sur Newsworld International ou sur CBC, au moment où les émissions de CBC sont retransmises sur C-SPAN. Lors de crises majeures, les émissions de CBC sont souvent rediffusées par ces chaînes-là.

Nous pouvons aussi juger de la réaction des gens selon les courriels que nous recevons. Les Américains ont de cette façon l'occasion de comprendre que les Canadiens ont certaines particularités et que nous sommes différents d'eux. Les Canadiens n'ont pas la même réaction face à différents reportages et notre analyse est tout simplement différente. Il en va de même pour nos amis de BBC World, qui ont fait un excellent travail pendant la guerre de l'Iraq — c'est-à-dire, pendant la période d'activité intensive, puisque la guerre se poursuit encore. Beaucoup d'Américains ont voulu écouter ses reportages, de même que ceux de Newsworld International. En ce qui nous concerne, c'est une analyse complètement différente — différente de l'optique présentée par la chaîne Fox ou la chaîne CNN. Voilà qui est bien important. Au fond nous communiquons nos valeurs à autrui par notre façon de raconter une histoire.

De même, nous avons Radio-Canada International, ou RCI, qui diffuse dans sept langues différentes. RCI est gravement sous-financé. Il a failli mourir plusieurs fois. Le gouvernement nous a enfin donné l'argent nécessaire dans notre budget de cette année. Une fois par an, on nous dit si nous pourrions ou non continuer d'offrir ce service. Il est gravement sous-financé par rapport au rôle que vous décrivait Mme Taylor — le rôle qu'il devrait justement jouer à notre avis pour communiquer le message canadien.

Nous avons eu un certain nombre de discussions avec le ministère des Affaires étrangères — surtout maintenant qu'il est question d'étendre l'ALENA à d'autres pays latino-américains — concernant la possibilité de diffuser au Brésil en portugais, encore une fois en raison de la nécessité de communiquer le message canadien.

Je m'en voudrais aussi d'oublier de vous parler de TV5. TV5 représente un partenariat de radiodiffuseurs de langue française du monde entier ayant potentiellement plus de 250 millions de téléspectateurs. Nous jouons un rôle très important dans le cadre des activités de TV5. Le gouvernement de France vient d'annoncer la création d'un CNN français. Nous sommes actuellement en pourparlers avec ce dernier concernant la possibilité d'établir un partenariat ou de lui fournir des reportages canadiens.

Donc, vous avez parfaitement raison. Ce sont des activités que nous jugeons critiques, mais elles sont en même temps sous-financées.

**La présidente:** Sénateurs, M. Rabinovitch et Mme Taylor doivent nous quitter dans 10 minutes, et trois journalistes qui se

journalists in the country are waiting to testify. I am arbitrarily cutting off supplementaries on this round.

**Senator Spivak:** No one has mentioned the role that television plays in educating people. I read somewhere that children spend more time watching television than they do in school. I would set aside the numbers. They have never interested me very much because, in our fragmented television universe, you do not get the same numbers that you once used to. I think CBC is not doing too badly. I think there is intrinsic value in having a Canadian viewpoint, which, in my opinion, trumps many of the American networks, which are repetitious and based very much on "dumbing down" their audiences.

That is a gratuitous comment. PBS is wonderful.

I understand your strategic plan, and if the government funding can be accomplished, that would be wonderful.

How about the TVO experience in fundraising? PBS does the same. How much money do they get? Is that a credible way of raising funds? CBC has not done that, I understand.

**Mr. Rabinovitch:** First, I believe you are absolutely right that television is unbelievably important as an educator. That is one of the reasons, as a public broadcaster, we have increased our children's programming dramatically.

**Senator Spivak:** The *Canada: A People's History* series, for example, had a wide audience.

**Mr. Rabinovitch:** That series not only had a wonderful audience, it is in approximately 90 per cent of Canadian schools. You are absolutely right; it made Canadian history exciting and we do have an exciting history.

With respect to alternative fundraising approaches, TVOntario barely breaks even on its fundraising attempts. I have looked to people at PBS. Believe me, I have looked at other ways of funding because we need it. At PBS, I am told, they spend 48 cents per dollar raised, to buy rights and to buy special programming to attract the audience. They give out gifts and all that. It is a very expensive way of raising money.

I believe that TVOntario has used this technique more to build a lobby in favour of TVOntario than to have a real source of funds.

classent parmi les plus réputés du Canada attendent de témoigner devant le comité. J'ai donc décidé arbitrairement de vous empêcher de poser des questions complémentaires pendant ce tour de questions.

**Le sénateur Spivak:** Personne n'a encore parlé du rôle que joue la télévision dans l'éducation. J'ai lu quelque part que les enfants passent moins de temps à l'école que devant la télévision. Mais ne parlons pas de chiffres. De toute façon, les chiffres ne m'ont jamais beaucoup intéressée parce que dans notre univers fragmenté de la télévision, les chiffres ne sont plus ce qu'ils étaient autrefois. À mon avis, la SRC s'en tire assez bien. Pour moi, l'optique canadienne a une valeur intrinsèque bien supérieure à ce que peuvent nous offrir la plupart des chaînes américaines, dont la couverture est répétitive et repose sur un nivellement vers le bas.

Voilà donc quelques observations gratuites. PBS est fantastique.

Je comprends votre plan stratégique, et s'il est possible d'obtenir le financement requis de la part du gouvernement, ce serait fantastique.

Que pensez-vous de l'expérience de TVO en ce qui concerne la collecte de fonds? PBS fait de même. Combien d'argent ce réseau parvient-il à réunir de cette façon? Est-ce une façon crédible de réunir des fonds? Je crois savoir que la SRC n'a jamais fait ça.

**M. Rabinovitch:** D'abord, vous avez tout à fait raison de dire que la télévision représente un outil éducatif extrêmement important. C'est l'une des raisons pour lesquelles nous avons décidé, en tant que radiodiffuseur public, d'accroître considérablement notre programmation pour enfants.

**Le sénateur Spivak:** La cote d'écoute de votre série intitulée *Le Canada: une histoire populaire* était très élevée.

**M. Rabinovitch:** Non seulement cette série nous a valu une excellente cote d'écoute, mais elle est utilisée dans environ 90 p. 100 des écoles canadiennes. Vous avez tout à fait raison; elle a présenté l'histoire canadienne de manière intéressante, et le fait est que notre histoire est très intéressante.

En ce qui concerne d'autres méthodes de collecte de fonds, TVOntario arrive à peine à rentrer dans ses frais avec ses activités de collecte de fonds. Je me suis renseigné à ce sujet auprès de responsables de PBS. Je vous assure que j'ai examiné d'autres façons de réunir des fonds, parce que nous en avons besoin. Chez PBS, d'après ce qu'on me dit, 48 cents de chaque dollar qu'ils arrivent à réunir servent à acheter des droits et des émissions spéciales qui permettent d'attirer des téléspectateurs. De plus, ils donnent des cadeaux et tout ça. C'est une façon très coûteuse de réunir des fonds.

À mon avis, si TVOntario a eu recours à cette technique, c'est surtout pour créer un groupe de pression qui puisse défendre les intérêts de TVOntario, et non pas pour avoir une véritable source de financement.



There is a problem in educational broadcasting. The amount of money available to TVOntario is about \$48 million a year, which is almost nothing. It is the same thinking with Télé-Québec: The amount of money dedicated to educational television is paltry.

**Senator Day:** I appreciate your coming here and enlightening us. I have two questions. One deals with the impact of journalism and broadcasting; the second one is in relation to convergence — primarily in respect of radio and television — and where we might be going in that regard. Perhaps you could comment on those two points.

You talked about participating in the 500-channel digital world — the cable world. We have also been watching broadcasting and reports — particularly news reports — from foreign journalists using cell phone and satellite to report. Where is that going? Is that improving journalism or not? Is it putting more pressure on the broadcasting side to become more like a CNN-type of fluff as opposed to getting behind the story and telling us the real story? Are you still able to do this with the new pressures on you that the viewing audience wants much, much quicker reporting?

In respect of convergence, you also talked about your reporters covering stories for both radio and television. We have lost an option. In the past, we could have listened to the radio and then gone to the television to hear another reporter with another point of view, in French and in English. I could have gone to a French channel, CBC, or Radio-Canada, and get another interpretation of an event. Now, however, you do not have that choice. Presumably, you are moving the same reporter to the Internet. Soon you will be selling to the print media, if you are not already. Where are we going in terms of this convergence with one person?

**Mr. Rabinovitch:** That is a very important question. The environment will change with time. Significant technological changes occurring in the entire television world. Things such as personal video recorders are changing the way in which people watch and choose. Basically, it is empowering the viewer to decide what he will watch and when, to a greater extent than ever existed before.

We have to look at changes in the technology as both a challenge and a possible threat. The threat is the demand to be with actuality — that is, to have that story out and have it out fast. Sometimes there is a real danger of falling into the trap of not checking thoroughly the sources in the interest of being first. There is no question in my mind that there is a tremendous

Mais il y a un problème en ce qui concerne les émissions scolaires. Les crédits auxquels peut accéder TVOntario se montent à environ 48 millions de dollars par an, ce qui n'est pas grand-chose. Il en va de même pour Télé-Québec: la somme consacrée à la télévision éducative représente une misère.

**Le sénateur Day:** Merci de votre présence et des éclaircissements que vous nous avez fournis. J'ai deux questions à vous poser. La première concerne l'impact du journalisme et de la radiodiffusion, et la seconde porte sur la convergence — notamment dans le contexte de la radio et de la télévision — et où elle pourrait nous amener. Peut-être pourriez-vous commenter ces deux éléments.

Vous avez parlé de notre participation à l'univers numérique multichaines — l'univers de la câblodistribution. Nous avons tous observé également que les reportages — notamment ceux diffusés aux informations — des journalistes étrangers se font maintenant au moyen de téléphone cellulaire ou passent par satellite. Quel est l'impact de cette évolution? Le journalisme s'en trouve-t-il amélioré ou non? Cette réalité fait-elle que les radiodiffuseurs ressentent de plus en plus de pression pour faire le genre de reportage superficiel qu'on voit sur CNN, au lieu d'approfondir chaque situation et de raconter ce qui s'est vraiment passé? Êtes-vous toujours en mesure de faire ce que vous voulez faire vu les pressions qu'exercent sur vous des téléspectateurs qui veulent plus d'information, et ce de plus en plus rapidement?

Pour ce qui est de la convergence, vous avez mentionné que vos journalistes font des reportages à la fois pour la radio et la télévision. Nous avons donc perdu une option. Par le passé, nous aurions pu écouter les gens à la radio et ensuite passer à la télévision pour entendre le reportage d'un autre journaliste qui avait un autre point de vue, en français et en anglais. Par exemple, j'aurais pu écouter une chaîne de langue française, CBC, ou Radio-Canada, pour obtenir une autre interprétation d'un événement important. Mais je n'ai plus cette possibilité. Je présume que ce même journaliste présente aussi des reportages sur Internet. Bientôt vous allez vendre ces reportages à la presse écrite, si vous ne le faites pas déjà. Quelle est la conséquence de cette convergence qui prend la forme d'un seul journaliste couvrant plusieurs médias de communication?

**M. Rabinovitch:** Vous soulevez une question très importante. L'environnement évoluera avec le temps. Des changements technologiques très importants s'opèrent dans l'ensemble du monde de la télévision. L'avènement des enregistreurs vidéo personnels est en train de changer la façon dont les gens regardent la télévision et les choix qu'ils font. Les gens découvrent leur pouvoir de déterminer ce qu'ils veulent ou non regarder, et ce beaucoup plus que jamais auparavant.

Nous devons donc considérer les changements technologiques à la fois comme un défi à relever et une menace potentielle. La menace relève de l'exigence des téléspectateurs de suivre l'actualité au même rythme — c'est-à-dire, de communiquer les informations aussi rapidement que possible. Ainsi on court parfois le risque de ne pas toujours bien vérifier les sources, parce qu'on veut être le

pressure in the battle between CNN and Fox to be first. You always have the rest of the day to correct. They will tell you that that is their approach.

We do not believe in that. At the same time, our colleagues in the newsrooms are faced with pictures and actualities and they do not have the full story. You always have to make a judgment. We want that judgment made on the basis of being accurate, not necessarily being first. Cell phones and satellites give you a lot more flexibility in getting those stories out quickly and finding out what is going on.

Convergence, however, also presents a real opportunity. The opportunity is to have more people — or the same number of people that you have — working for different parts of the organization so that they can cover more stories. They can be the first on the ground. They are the ones who understand something about the locale. This is not what we call “parachute journalism,” which is what the Americans have turned to — that is, close down your facilities but fly people in fast when you need them. We do not believe in that. Have your people on site, and you may have only one person in Moscow, but if the story gets big, you fly in more. You want to avoid a situation of overtaxing your journalists and asking them to do too much.

However, in a normal day, when you have — as we do in Baghdad — someone such as Don Murray, giving stories about what is life like in Baghdad, it is perfectly legitimate for him to ensure that he has the time to develop the story and that he do it in both English and French. That way, we have the benefit of Don Murray for two services. It is a constant balance. It is a good question to ask chief journalists, namely, how do they do this and how do they protect our people from being burned out? We can make too much demand on them. We are always looking at that balance. The new technologies give us more flexibility, but they are also a threat. They can pervert values and you must be careful that it does not happen.

**The Chairman:** Thank you very much. It is frustrating to have to say that we are glad to have seen you because we could obviously keep you here for many, more hours. I know you must leave, but we also have the privilege of having with us the people who, as you say, actually make it work.

premier à communiquer l'information au public. Il n'y a aucun doute dans mon esprit quant aux pressions qui s'exercent sur CNN et Fox dans leur lutte perpétuelle pour communiquer les nouvelles en primeur. Ils se disent qu'ils ont le reste de la journée pour rectifier l'information, si elle se révèle inexacte. Ils vous diront que telle est leur approche.

Mais ce n'est pas notre philosophie. En même temps, nos collègues dans les salles de nouvelles voient les images et l'actualité se dérouler sans nécessairement avoir toute l'information. C'est toujours une question de jugement. Mais nous voulons que ce jugement soit influencé par le désir de présenter des informations exactes, et non pas nécessairement celui d'être le premier à les communiquer. Les téléphones cellulaires et les satellites vous donnent beaucoup plus de souplesse pour ce qui est de communiquer les informations rapidement et de savoir ce qui se passe.

En même temps, la convergence présente une occasion vraiment intéressante, soit celle de s'organiser pour que plus de gens — ou le même nombre — travaillent pour différents services au sein de l'organisation, de manière à pouvoir présenter plus de reportages. Ils peuvent ainsi être les premiers sur le terrain. Ce sont des gens qui comprennent bien la situation locale. Il ne s'agit pas de ce qu'on appelle «le journalisme de parachute,» soit le genre de journalisme auquel ont recours les Américains — autrement dit, on ferme des bureaux mais on s'arrange pour amener les journalistes sur place rapidement lorsqu'on en a besoin. Cette façon de faire n'est pas appropriée à notre avis. Nous préférons avoir des gens sur place — peut-être une seule personne à Moscou, mais s'il y a un gros reportage à faire à un moment donné, vous pouvez toujours y envoyer d'autres journalistes. Il faut éviter une situation où l'on surcharge les journalistes en leur demandant de faire trop de choses.

Mais pour une journée normale quand vous avez quelqu'un à Bagdad — et c'est notre cas — comme Don Murray, qui présente des reportages sur la vie à Bagdad, il est tout à fait normal de s'assurer qu'il ait le temps de préparer son reportage et qu'il le fasse en anglais et en français. De cette façon, deux de nos services peuvent profiter de la présence de Don Murray. Il s'agit toujours d'établir le bon équilibre. Ce serait une bonne question à poser à nos journalistes en chef — à savoir, comment arrivent-ils à atteindre cet équilibre et que font-ils pour empêcher que nos journalistes souffrent d'épuisement professionnel? On ne peut pas être trop exigeant vis-à-vis d'eux. Nous cherchons toujours à établir le bon équilibre. Les nouvelles technologies nous donnent plus de flexibilité, mais en même temps, elles présentent un certain danger. Elles peuvent fausser les valeurs, et il faut donc faire attention pour éviter que cela se produise.

**La présidente:** Merci beaucoup. C'est un peu frustrant d'avoir à dire que nous avons été très heureux de vous recevoir, parce que nous pourrions en réalité vous garder ici pendant encore bien des heures. Je sais que vous devez partir, mais nous avons le privilège d'avoir parmi nous les gens qui, comme vous l'avez dit vous-même, assurent l'efficacité du système.



Can you please send us some budget numbers over time, with particular attention to the amount spent over time per service on news information, public affairs? I think everyone around this table understands that ratings are not the deity. Nonetheless, for the purpose of understanding things like Senator Merchant's question, could you please send us information about your various shows, ratings, reach, market share and so forth? We would be very grateful to receive that.

[Translation]

**Senator Corbin:** We would also like to receive information about regional allocation of CBC/Radio-Canada budgets.

**Senator LaPierre:** Those figures are probably important, but unfortunately, they have to be interpreted as part of the global context.

[English]

The ratings of Radio-Canada are here and we never compare them with the ratings and the programs with which they are associated elsewhere. People say that only 8 per cent listen to Radio-Canada and 75 per cent listen on to something else, but we never see the programs involved. To see only the numbers and to come to the conclusion that 1.5 per cent of people in Saskatoon do this is quite useless information, with all due respect, unless I know what competition is there. Do you have such information?

**The Chairman:** To the extent that you can provide that, it would be helpful. Thank you both very much.

**Ms. Taylor:** Thank you for your generous allowance of time to us today. Is it all right if I stay here and listen to my colleagues?

**The Chairman:** Certainly. Senators, we will now hear from three of the most illustrious journalists in Canada who happen to be the people in charge of making the news and information side of the CBC and Radio-Canada work.

We are delighted to welcome Mr. Tony Burman, who is Editor in Chief of CBC News Current Affairs and Newsworld, CBC Radio, TV and cbc.ca.

[Translation]

I want to welcome Mr. Claude Saint-Laurent, Special Advisor to the President and Chair of the Journalistic Standards and Practices Committee, as well as Mr. Alain Saulnier, General Director of Information, French Radio.

We will hear your presentations and then move on to a second round of questioning from senators.

Pourriez-vous nous faire parvenir par la suite quelques statistiques budgétaires, et notamment le montant dépensé par chaque service depuis plusieurs années pour les informations et affaires publiques? Je pense que nous comprenons tous très bien qu'il ne faut pas devenir l'esclave des cotes d'écoute. Par contre, pour nous permettre de comprendre les éléments soulevés par le sénateur Merchant dans sa question, auriez-vous l'obligeance de nous envoyer des données sur vos diverses émissions, les cotes d'écoute, le nombre d'auditeurs ou de téléspectateurs que vous rejoignez, votre part de marché, et cetera? Nous vous saurions gré de nous communiquer cette information.

[Français]

**Le sénateur Corbin:** Nous aimerions aussi recevoir des informations quant à l'allocation régionale des budgets de Radio-Canada.

**Le sénateur LaPierre:** Les chiffres sont importants sans doute mais malheureusement, ils doivent être pris dans un contexte global.

[Traduction]

Nous avons ici les cotes d'écoute de Radio-Canada, mais nous ne les comparons jamais aux cotes d'écoute et aux émissions auxquelles elles peuvent correspondre ailleurs. Les gens disent que seulement 8 p. 100 des Canadiens écoutent Radio-Canada, alors que 75 p. 100 écoutent autre chose, mais nous ne savons jamais de quelles émissions il s'agit. Ne voir que ces chiffres et constater que 1,5 p. 100 des résidents de Saskatoon font ceci ou cela n'est pas bien utile, à moins que je sache ce que font vos concurrents. Avez-vous cette information-là?

**La présidente:** Dans la mesure où nos témoins peuvent nous la fournir, nous serons très heureux de l'examiner. Merci infiniment à vous deux.

**Mme Taylor:** Merci de nous avoir accordé autant de temps aujourd'hui. Me permettez-vous de rester là pour écouter les propos de mes collègues?

**La présidente:** Bien sûr. Sénateurs, nous recevons maintenant trois des plus grands journalistes du Canada, qui sont responsables du bon fonctionnement des services de nouvelles et d'informations aux réseaux anglais et français de la SRC.

Nous sommes ravis de souhaiter la bienvenue à M. Tony Burman, rédacteur en chef, de CBC News, Current Affairs et Newsworld, CBC Radio, CBC TV, et cbc.ca.

[Français]

Nous accueillons M. Claude Saint-Laurent, conseiller spécial auprès du président-directeur général et président du Comité des normes et pratiques journalistiques ainsi que M. Alain Saulnier, directeur général de l'information radio à Radio-Canada.

Nous écouterons vos présentations et par la suite nous passerons à une deuxième ronde de questions de la part des sénateurs.



[English]

**Tony Burman, Editor in Chief, CBC News, Current Affairs and Newsworld, CBC Radio, TV and cbc.ca, Canadian Broadcasting Corporation:** Honourable senators, it is a privilege to discuss these important issues with this committee.

As Madam Chair has indicated, my role is Editor in Chief of CBC's English services and I oversee the news and current affairs programming on CBC Television, CBC Radio, Newsworld and CBC News Online.

For more than 50 years, CBC News services have been keeping Canadians informed about their community, their country and the world at large. During that time, the CBC has moved from being a radio-only service to a multi-platform service to Canadians and to others around the world.

The CBC/Radio-Canada coverage of the Iraq war, for example, as indicated in your earlier discussion, was seen and heard in every corner of this country — on radio and television, in French and English, as well as through cbc.ca. It was also distributed throughout the world to much acclaim. Via short-wave radio, it was heard in dozens of countries, in French, English and other languages, on Radio-Canada International. Télécjournal and other Radio-Canada television programs were seen throughout the French-speaking world on TV5 and all of the most important CBC Television programs and news specials — including The National — were seen every day and every evening on our international cable service, Newsworld International. This is available in more than 15 million homes in the United States, Mexico, and the Caribbean.

Our coverage of the Iraq war was a model of cooperation among our various news services of CBC/Radio-Canada, French and English. Viewers in both languages saw the award-winning reporting of Céline Galipeau, Michel Cormier, Don Murray and Patrick Brown.

French- and English-speaking listeners in Canada and abroad heard Akli Abdallah, Manon Globensky, Mike Hornbrook and Steve Puddicombe.

[Translation]

International information makes up an increasingly important part of programming throughout CBC/Radio-Canada's media lines. More than ever, we strongly believe that it is essential that Canadians be provided with a window on the world to be able to fully grasp new realities that keep unfolding. The events of September 11 sharply brought to life the urgent need to comprehend such new realities. Together with my colleagues in French Radio and French Television, we reacted to those events by offering relevant programming to explain the world to our audiences.

[Traduction]

**M. Tony Burman, rédacteur en chef, CBC News, Current Affairs et Newsworld, CBC Radio, TV et cbc.ca, Société Radio-Canada:** Honorables sénateurs, c'est pour moi un grand honneur d'avoir l'occasion de discuter avec vous de ces questions importantes.

Comme la présidente vous l'a déjà dit, je suis le rédacteur en chef des services de langue anglaise de la SRC et je suis donc chargé de superviser la programmation des nouvelles et des actualités à la télévision et à la radio de CBC, à Newsworld, et à CBC News Online.

Jour après jour depuis plus de 50 ans, les services de CBC News informent les Canadiens de ce qui se passe dans leurs collectivités, leur pays et de par le vaste monde. Au fil des ans, CBC/Radio Canada, dont le rayonnement était à l'origine limité aux ondes radiophoniques, a évolué pour devenir un service à plates-formes multiples desservant l'ensemble des Canadiens aux quatre coins du globe.

La couverture de la guerre en Iraq par CBC/Radio-Canada, par exemple, a été regardée et écoutée partout au Canada: à la radio, à la télévision, en français comme en anglais, ainsi que sur cbc.ca. Mais elle a également été diffusée avec grand succès dans le monde entier. À la radio sur ondes courtes, notre couverture a été écoutée dans des douzaines de pays, en français, en anglais, et dans d'autres langues, sur les ondes de Radio-Canada International. Le Télécjournal et d'autres émissions télévisées de Radio-Canada ont été regardés dans toute la francophonie par l'entremise de TV5. De plus, l'ensemble des émissions télévisées importantes et spéciales de CBC, dont The National, ont été regardées quotidiennement sur notre service international par câble, Newsworld International. Ce service est distribué dans plus de 15 millions de foyers aux États-Unis, au Mexique et dans les Antilles.

Notre couverture de la guerre en Iraq a été un modèle de coopération entre les différents services d'information de CBC/Radio-Canada, en français et en anglais. Les téléspectateurs ont pu voir dans les deux langues les reportages primés de Céline Galipeau, de Michel Cormier, de Don Murray, et de Patrick Brown.

Les auditeurs francophones et anglophones au Canada et à l'étranger ont eu l'occasion d'écouter les reportages d'Akli Abdallah, de Manon Globensky, de Mike Hornbrook, et de Steve Puddicombe.

[Français]

L'information internationale occupe une place de plus en plus grande dans toutes les composantes de CBC/Radio-Canada. Nous croyons plus que jamais que les Canadiens doivent s'ouvrir au monde afin de bien comprendre les nouvelles réalités. Le 11 septembre a montré l'urgence de saisir ces nouvelles réalités. Mes collègues de la Radio et de la Télévision française et nous, avons répondu à cette situation en proposant une programmation pertinente pour expliquer le monde à notre auditoire.

[English]

We are doing that for a reason: The entire media environment is undergoing profound change. The ground is moving beneath our feet, not only in Canada but also around the world.

In the early spring of this year, CBC News and CBC's Audience Research Department went into the field to talk to Canadians across the country. The question was crucial: What do Canadians want from the news media today, and from the CBC in particular?

Two respected outside research companies under CBC supervision conducted the research. It is the most extensive study of its kind in Canada and draws on the views of thousands of Canadians from all across the country, surveyed in a multitude of settings.

As this committee well knows, the changes in the next five years in the way that news is "consumed" and "produced" may exceed what we have seen in the past 50 years.

Allow me to give you some of the key observations from this cross-Canada survey of news consumers. We have only just received its preliminary findings. In the weeks ahead, we will submit a draft of the report to your committee.

This report — although very positive about the CBC overall — identifies several areas that will require work. This will be the challenge for CBC News over the next one to three years. Canadians seem to have a far greater interest in receiving more international news than is widely acknowledged. According to the report, the need for international news is almost universal, and the study argues that this is perhaps the biggest potential area of audience growth. According to the data, there is a desire among many Canadians for more diversity in CBC's news and current affairs story selection and treatment, and more openness in the way that we do our work. There seems to be a new and stronger sense of Canada's place in the world — a perception that "we are the best place in the world to live," with a far more important role abroad than currently acknowledged. This is coupled with the notion that "Canadians should get better at self-promotion" about the country, with CBC leading the way. Finally, there seems to be a genuine interest in Canadian political affairs, more than widely acknowledged, but a deep skepticism about "the way the whole subject is being handled" by the news media, including the CBC.

It is important for us not to forget what this report emphasizes: that in this exciting "new world," the CBC is incredibly well positioned and highly respected. We are blessed with a gifted and

[Traduction]

Et il y a une raison à cela. L'ensemble du secteur des médias est en profonde transformation. Tout bouge autour de nous, pas seulement au Canada, mais dans le monde entier.

Au début du printemps de cette année, CBC News et le Service de recherche sur les auditoires de CBC/Radio Canada ont consulté des Canadiens d'un bout à l'autre du pays. La question qu'on leur a posée était d'une importance fondamentale: «À titre de Canadien, qu'attendez-vous des médias d'information aujourd'hui et de CBC/Radio Canada en particulier?»

Les recherches ont été menées par deux entreprises externes respectées, sous la supervision de la Société. Il s'agit de l'étude la plus importante de cette nature jamais menée au Canada, et elle a porté sur des milliers de citoyens d'un océan à l'autre qui ont été consultés dans une multitude de situations.

Comme les membres du comité le savent pertinemment, les changements qui se produiront au cours des cinq prochaines années dans la manière dont les informations sont «consommées» et «produites» pourraient bien dépasser ceux que nous avons observés depuis cinq ans.

Permettez-moi de vous donner un aperçu des constats — de cette étude menée auprès de consommateurs de services d'information de toutes les régions du pays. Nous venons tout juste de recevoir les résultats préliminaires et, dans les semaines qui viennent, nous soumettrons une ébauche du rapport au comité.

Le rapport d'enquête, bien qu'il soit dans l'ensemble très favorable concernant les activités de la Société, a révélé plusieurs questions sur lesquelles nous devons nous pencher. Il s'agit là du défi que CBC News devra relever au cours des trois prochaines années. Les Canadiens semblent manifester un plus grand intérêt pour les informations internationales qu'on ne leur prête habituellement. Selon le rapport, l'intérêt et l'importance attachés aux nouvelles internationales sont à toutes fins utiles universels et l'étude révèle, entre autres, que ce créneau pourrait être celui qui recèle le plus fort potentiel de croissance des auditoires. Les données recueillies révèlent que de nombreux Canadiens souhaitent que nous fassions preuve d'une plus grande diversité dans le choix et le traitement des nouvelles et des actualités, ainsi que d'une plus grande transparence dans nos façons de faire. Les Canadiens semblent être plus conscients de la nouvelle place qu'occupe le Canada sur l'échiquier mondial: le Canada est perçu «comme le meilleur pays où vivre» et comme un acteur beaucoup plus important à l'étranger qu'on ne le reconnaît actuellement. Cette perception est couplée à la notion que les «Canadiens doivent devenir plus habiles à faire la promotion de leur pays,» et à cet égard, CBC/Radio-Canada doit ouvrir la voie. Finalement, il semble y avoir un intérêt véritable pour la politique canadienne conjugué à un scepticisme profond quant au traitement de ces questions par les médias d'information, y compris par CBC/Radio-Canada.

Il y a aussi les bons côtés que le rapport soulève et qu'il ne faut pas perdre de vue: dans ce nouveau monde trépidant, CBC/Radio-Canada occupe une position éminemment avantageuse et



dedicated staff and a rich and unique history. What we learned confirms the current direction we have set in CBC television, radio and on the Internet.

More than ever, cbc.ca is ensuring that Canadians — wherever they are — can log on for the most up-to-date news about Canada and the world. In radio, a significant initiative in program development is creating more diversity in its programming, while continuing to strengthen its connection to local communities. In television, efforts are underway to strengthen its service to local audiences with both daily and special high-impact regional programming. Throughout CBC News, a renewal process is transforming it into a more integrated, streamlined, and decentralized organization.

The study's effect was not to effect sudden or abrupt change. Instead, it will accomplish something that is far more profound. It will help us create a long-lasting CBC News "blueprint" for years to come that will enable us to answer that crucial question: Where do the best opportunities exist for us to enhance CBC's value with Canadians and win over new, untapped audiences?

From all of this research, it is clear that CBC's news and information division has everything it takes to become an even more attractive, vital and potent force in Canadian society today. However, it will mean taking some deep breaths and more than a few risks, and that is a challenge we welcome.

Thank you, honourable senators, for your attention. I should like to introduce my colleague at Radio-Canada, Claude Saint-Laurent.

[Translation]

**Mr. Claude Saint-Laurent, Special Advisor to the President and Chair, Journalistic Standards and Practices, Canadian Broadcasting Corporation:** Honourable senators, I am here to talk to you about French Television's Information Service, because I held the position of Director General of News for 12 years. I am now Special Advisor to the President, and Chair of CBC/Radio-Canada's Journalistic Standards and Practices Committee.

This committee provides a special forum where the heads of news for our English and French networks, Radio, Television and New Media can talk about our craft, our policies, specific cases which arise, and any adjustments to our policies that may be necessary. This is a very important committee for CBC/Radio-Canada.

jouit d'une renommée très enviable. Nous sommes les gardiens d'une riche tradition, sans égale au pays, et nous pouvons compter sur du personnel talentueux et dévoué. Par ailleurs, ce que nous avons appris confirme les orientations que nous avons prises concernant l'avenir de nos services en ondes et sur Internet.

Plus que jamais, cbc.ca permet aux Canadiens, où qu'ils se trouvent et quelle que soit l'heure, d'avoir accès aux toutes dernières informations concernant leur pays et le monde entier. La radio anglaise a entrepris un vaste projet de création d'émissions pour refléter davantage la diversité de ses auditeurs, tout en poursuivant ses efforts pour renforcer les liens avec les collectivités locales. Quand à la télévision anglaise, des efforts sont actuellement déployés pour offrir de meilleurs services aux téléspectateurs locaux, grâce à une programmation régionale quotidienne et percutante. De plus, les services de nouvelles se sont engagés dans un processus vital de renouvellement portant sur leurs pratiques de collecte de l'information et de programmation, afin de rationaliser et de décentraliser leurs activités pour devenir une organisation mieux intégrée.

Notre intention, en réalisant cette étude, n'était pas d'opérer des changements subits ou radicaux, mais plutôt de préparer le terrain à une évolution beaucoup plus en profondeur. Nous nous sommes inspirés de ces résultats pour dresser un plan directeur pour CBC News qui, au cours des années à venir, guidera notre réflexion sur la question fondamentale qui se pose à nous, soit: quelles sont les meilleures occasions pour accroître la valeur des services de langue anglaise de CBC/Radio-Canada auprès des Canadiens et conquérir des auditoires inexploités?

La preuve est faite: les services de nouvelles et d'information de CBC ont toutes les qualités requises pour devenir encore plus attirants, plus essentiels et plus influents dans la société canadienne contemporaine. Bien sûr, il faudra faire preuve de pondération et être prêts à prendre de nombreux risques, mais c'est un défi que nous sommes prêts à relever avec enthousiasme.

Honorables sénateurs, je vous remercie de m'avoir accordé votre attention. Permettez-moi maintenant de vous présenter mon collègue de Radio-Canada, M. Claude Saint-Laurent.

[Français]

**M. Claude Saint-Laurent, conseiller spécial auprès du président-directeur général et président du Comité des normes et pratiques journalistiques, Société Radio-Canada:** Honorables sénateurs, je viens vous présenter le Service de l'information de la Télévision française, où j'ai occupé le poste de directeur général pendant 12 ans. Je suis maintenant conseiller spécial auprès du président-directeur général et président du Comité des normes et pratiques journalistiques.

Ce comité est un forum privilégié où les directeurs d'information anglais, français, radio, télévision et nouveaux médias discutent du métier, des politiques qui nous gouvernent, des cas pratiques et des ajustements qui doivent se faire au fur et à mesure. C'est un outil très précieux pour CBC/Radio-Canada.



Madam Chair, at the start of your work this past May, you asked two questions in particular: whether Canadians continue to receive news and information with the quality and diversity they deserve; and how to ensure Canadians have access to news and information told from a Canadian perspective, as seen by Canadians.

These questions were asked in regard to citizens across all of Canada, but they are even more acutely relevant in the case of this country's francophone populations. That is why, at French TV, not a day goes by that we do not ask these very questions of ourselves.

Diversity in news and information is our daily bread. Diversity, along with fairness and credibility, is one of the basic principles guiding our journalistic standards and practices.

French Television offers nearly 43 hours of news and public affairs programming every week. We produce four daily newscasts that keep Canadians informed of events from the Canadian perspective, from our broadcast centre in Montreal and the 40 affiliated stations and regional bureaus right across the country, with our network of fine correspondents bringing them the news of the world.

[English]

We produce in-house 11 public affairs programs, which cover a variety of subjects, including: *Justice*, that focuses on the justice system; *L'Épicerie*, with a focus on food; *La Facture*, on consumer's rights; *Enjeux*, which covers social issues; *Découverte*, which covers science and technology; *La Semaine verte*, on agriculture, and *Second Regard*, which covers spirituality. *Zone Libre* brings us documentaries and features from all over the world, and *Culture-choc* presents the perspectives of young videographers criss-crossing the country. Finally, two programs — *5 sur 5* and *Place publique* — are designed specifically to respond to viewers' questions and sustain a daily dialogue with them.

[Translation]

With our colleagues at CBC English Television, we have begun co-producing epic historical documentaries, such as *Canada: A People's History* — one of the finest projects it has ever been my pleasure to work on — and we are currently hard at work together on a 12-hour production, of which six will be in English and six in French, devoted to the 1995 Referendum on Quebec Sovereignty.

The plan is for mixed CBC/Radio-Canada crews to travel all across the country, and the working title is *One Day that Shook*. With six months of initial research completed, this promises to be an uplifting, thrilling story told by Canadians of all origins and all social milieux. This history of the referendum, by those who lived it, is due to premiere in 2005.

Madame la présidente, lors de l'inauguration de vos travaux en mai dernier, vous posiez entre autres deux questions: Les Canadiens reçoivent-ils encore la qualité et la diversité des nouvelles et d'information dont ils ont besoin? Et comment s'assurer qu'ils aient accès aux nouvelles et à l'information perçues selon une perspective canadienne, vues par les Canadiens?

Vous posez ces questions pour le Canada tout entier, mais elles sont d'autant plus pertinentes pour les francophones du pays. C'est pour cela que chez nous, il n'y a pas une journée où nous ne nous posions pas ces questions.

La diversité en nouvelles et en information est notre pain quotidien. Avec l'équilibre et la crédibilité, la diversité est un des principes de base de nos normes et pratiques journalistiques.

La Télévision française de Radio-Canada propose près de 43 heures par semaine de nouvelles et d'émissions d'affaires publiques. Nous diffusons quatre bulletins d'information quotidiens qui présentent aux Canadiens les événements d'ici, grâce à nos salles de nouvelles de Montréal et des 40 stations ou bureaux régionaux dont nous disposons au pays. Nous leur présentons aussi le monde grâce à notre réseau de correspondants à l'étranger.

[Traduction]

Nous produisons à l'interne 11 émissions d'affaires publiques, couvrant une vaste gamme de sujets, y compris *Justice*, qui concerne l'appareil judiciaire; *L'Épicerie*, sur l'alimentation; *La Facture*, sur les droits des consommateurs; *Enjeux*, sur les phénomènes sociaux; *Découverte*, sur les sciences et la technologie; *La Semaine verte*, sur l'agriculture; et *Second Regard*, sur la spiritualité. *Zone Libre* présente des documentaires et reportages venant du monde entier, et *Culture-choc* présente les réalités canadiennes vues par de jeunes vidéographes qui sillonnent le pays. Enfin, deux émissions — *5 sur 5* et *Place publique* — sont spécifiquement conçues pour répondre aux questions de nos téléspectateurs et entretenir un dialogue quotidien avec eux.

[Français]

Nous produisons aussi avec nos collègues de CBC, de grands documentaires historiques. C'est ainsi qu'est né *Le Canada: Une histoire populaire*, l'un des plus beaux projets auquel il m'a été donné de participer. Nous travaillons ensemble à douze heures de production; six en anglais et six en français, sur le référendum de 1995.

Les équipes mixtes CBC/Radio-Canada vont parcourir le pays à la recherche des informations les plus pertinentes. Le titre de cette production est: *Le jour où le Canada a tremblé*. Les recherches réalisées jusqu'à maintenant nous font prévoir une série enlevante et passionnante qui donne la parole aux Canadiens de toutes les origines et de tous les milieux. Ce sera le référendum par les gens qui l'ont vécu. La diffusion se fera en septembre 2005.

Only CBC/Radio-Canada, with our journalistic rigour, our professionalism and the passion of our content creators, can deliver productions of such high caliber. Since going on the air in 1995, RDI has become the most watched French-language specialty channel among Francophones in Canada. More than 63 hours of its programming originate in regions outside Montreal.

This does not include the special programs it regularly produces, like the one last Thursday devoted to the 25th anniversary of John Paul II's election to the papacy, aired out of Montreal with participants speaking live from Toronto, Moncton, Ottawa and Vancouver. On a personal note, it was while watching this program that I learned Toronto's Polish community is 200,000 strong.

[English]

Two years ago, French TV inaugurated the Centre de l'information, CDI. Our objective was two-fold: first, to unite all the main network news staff and all RDI personnel under one roof, thereby promoting versatility and eliminating redundancies; and second, to make the shift to a fully digital news-gathering environment. This evolution brought with it a major culture change at Radio-Canada.

The digital environment enabled us to air reports by Luc Chartrand, was embedded with U.S. troops in Iraq. He edited his stories on his notebook computer and transmitted them daily via telephone satellite uplink at speeds and with picture quality that were undreamt of even five years ago. By contrast, 12 years ago during the first Persian Gulf conflicts, our correspondents required access to editing suites and conventional satellite transmission facilities to file reports. That was not the kind of technology one is likely to find in the middle of the desert.

[Translation]

And yet in spite of the progress afforded by these and other technological innovations, in 2003 there are still regions in Canada that do not have access to locally produced news programming. In that regard, I want to express my support for the demand made by Francophone groups across the country that Radio-Canada's regional station signals be made accessible via satellite. Mr. Georges Arès, President of the Fédération des communautés francophones et acadienne said last week, as quoted in the *Courrier de la Nouvelle-Écosse* that:

For most minority Francophones, the local Radio-Canada station is the only one they can rely on to produce a French-language newscast with a regional focus, broadcast a community events calendar, and generally play a part in community life.

The same holds true in certain regions of Quebec, such as Trois-Rivières, Saguenay and Rouyn-Noranda, where up to 30 per cent of citizens are satellite subscribers, yet cannot pick up the signal of their local Radio-Canada newsroom.

Seule la force journalistique de CBC/Radio-Canada avec sa rigueur, son professionnalisme et la passion de ses artisans peuvent créer des produits de si haut calibre. Depuis la création en 1995, le réseau RDI est la chaîne spécialisée en informations continuent la plus écoutée des Francophones au Canada. Plus de 63 heures de sa programmation provient des régions hors Montréal.

Sans compter ses émissions spéciales qui nous ont permis, jeudi dernier, lors du 25e anniversaire du pontificat de Jean-Paul II, de diffuser de Montréal une émission avec des interventions en direct de Toronto, de Moncton, d'Ottawa et de Vancouver. J'ai appris à cette occasion qu'une communauté polonaise de 200 000 personnes vivait à Toronto.

[Traduction]

Il y a deux ans, la télévision française a mis sur pied le Centre de l'information, soit le CDI. Nous avons voulu faire d'une pierre deux coups: regrouper tout le personnel des nouvelles de la chaîne principale et du réseau de l'information sous un même toit, de façon à favoriser la polyvalence et éliminer le double emploi; et deuxièmement, migrer vers le numérique pour l'ensemble de nos activités de collecte de l'information. Ce fut un changement majeur de culture pour nous chez Radio-Canada.

Cet environnement numérique a permis à Luc Chartrand, enchaîné en Iraq avec les troupes américaines, de nous transmettre quotidiennement par téléphone satellite des reportages montés sur son ordinateur portable, à une vitesse et avec une qualité d'image imaginable il y a cinq ans. Par contraste, en 1991, lors de la première guerre du Golfe, nos journalistes devaient avoir accès à des salles de montage et des postes de transmission par satellite pour nous envoyer leurs reportages. Disons qu'on ne voit pas beaucoup cela en plein désert.

[Français]

Malgré ses innovations technologiques, il reste qu'en 2003, plusieurs régions sont privées de leur réseau de nouvelles locales. J'aimerais appuyer les revendications des organisations francophones du pays qui souhaitent ardemment que tous les signaux de stations régionales de Radio-Canada deviennent accessibles sur satellite. Monsieur Georges Arès, le président de la Fédération des communautés francophones et acadienne affirmait la semaine dernière, telle que cité par le *Courrier de la Nouvelle-Écosse*:

Pour la majorité des francophones vivant en milieu minoritaire, la station locale de la Société Radio-Canada est la seule à produire un bulletin de nouvelles régionales en français, à faire la promotion des événements de la communauté et à participer à la vie de celle-ci.

Au Québec, il y a aussi Trois-Rivières, Saguenay et Rouyn-Noranda où jusqu'à 30 p. 100 des citoyens sont abonnés au satellite et ne reçoivent pas le signal local des salles de nouvelles de Radio-Canada.



**Mr. Alain Saulnier, General Director of Information, French Radio, Canadian Broadcasting Corporation:** Let me begin by emphasizing a couple of important points with respect to French radio.

First of all, we can rely on 20 production centres and stations, in addition to 13 news bureaus. These resources, combined with those of the wider CBC/Radio-Canada network, allow us to offer French-speaking listeners the finest news-gathering team working in their language in all of Canada.

Fundamentally, we believe it is our duty to allow our airwaves to become a platform for debate, and to encourage expression of the most diverse range of opinions possible. Part of CBC/Radio-Canada's richness lies in this promotion of diversity. Providing a public forum, through programs such as *Maisonneuve en direct*, to let all possible schools of thought be heard is healthy. It enriches the quality of democratic life.

The best defence against the concentration and increasing conformity of ideas and opinion is a public broadcaster that embraces this sort of diversity. Because of its strengths in those areas, French Radio's news programming has been particularly well received over the past few years.

In the most recent BBM surveys, Radio-Canada's Première Chaîne has scored unprecedentedly high numbers. These results stem in part from the decision by management more than three years ago to provide increasing coverage of international news as part of our programming.

In the wake of that decision, we have added two foreign correspondent bureaus and enriched our slate of international news and information programs. We are firmly committed to covering world news. Coverage of Canadian stories has also been enriched on our airwaves, thanks to a strategy whereby we encourage stronger ties between content produced in all the regions and that produced at the main production centre.

Furthermore, we provide quality coverage of regional news. Thirty-six per cent of the programs we broadcast are produced by the regional stations, and this is especially true of prime-time programming. As you probably know, audiences for radio are always highest in the morning.

We took that into account this fall when we added a regional morning show program in Trois-Rivières. That brings to 19 the total number of regional morning programs on Radio-Canada's Première Chaîne from coast to coast. This shows that we have an equally strong commitment to telling regional stories. And the goal remains, where our program schedule is concerned, to strike a balance between the needs of "regional" citizens and those of "citizens of the world" — for these two citizens are really one and the same.

That is why, in addition to providing content of regional interest, we offer quality national and international content that gives our listeners a window on the world, no matter what part of the country they may live in. These initiatives stem from French Radio's policy of fostering openness towards the rest of the world.

**M. Alain Saulnier, directeur général de l'information radio, Société Radio-Canada:** En ce qui concerne la radio française, permettez-moi d'insister sur quelques points majeurs.

D'abord, nous pouvons compter sur 20 centres de production auxquels s'ajoutent 13 bureaux journalistiques. Ces ressources combinées à tout le réseau de Radio-Canada/CBC permettent d'offrir aux Francophones la plus grande force journalistique à la radio en français dans tout le pays.

Une des caractéristiques fondamentales est que nous considérons de notre devoir d'ouvrir nos ondes aux débats afin de permettre à la plus large diversité d'opinions de pouvoir s'exprimer. La richesse de Radio-Canada est de miser sur la diversité. Il est sain d'offrir une place publique comme l'émission *Maisonneuve en direct* à tous les courants de pensée. C'est ce qui enrichit la qualité de notre vie démocratique.

Le meilleur rempart contre la concentration, l'uniformisation des idées et des opinions est un service public qui accueille cette diversité. Avec de telles forces, les émissions d'information de la radio française ont reçu un accueil exceptionnel au cours des dernières années.

Lors des derniers sondages, la première chaîne radio de Radio-Canada a établi des records d'écoute. Ces résultats s'expliquent par la décision de la direction, il y a plus de trois ans, d'offrir une place majeure à l'information internationale à notre antenne.

Nous avons alors ajouté deux bureaux de correspondants à l'étranger et enrichi nos émissions en contenus d'informations internationales. L'information internationale, on y croit fermement. L'information canadienne s'est également enrichie à notre antenne grâce à notre stratégie favorisant le rapprochement entre les productions de toutes les régions et celles produites par le Centre de production nationale.

De plus, nous offrons une information régionale de qualité. Il y a 36 p. 100 de notre programmation à l'antenne qui est produite par les stations régionales et ce, particulièrement en période de grande écoute. Vous le savez sans doute, à la radio, le matin est la période la plus importante au niveau de l'auditoire.

Cet automne, nous avons ajouté une émission régionale du matin à Trois-Rivières. La première chaîne de radio de Radio-Canada a atteint ainsi le total de 19 émissions régionales du matin à travers le pays. L'information régionale, on y croit donc plus que jamais. L'objectif est aussi d'établir dans la programmation un équilibre entre les besoins du citoyen régional et ceux du citoyen du monde. Car, en fait, ces deux citoyens ne font qu'un.

C'est pour cette raison, qu'en plus d'offrir des contenus régionaux, nous proposons des contenus nationaux et internationaux de qualité afin d'offrir une ouverture sur le monde à notre auditoire dans toutes les régions du pays. Ce travail découle de l'orientation de la radio française favorisant



Indeed, it is our view that in order to survive and flourish, francophones need to embrace the world more than ever.

With our colleagues in English Radio, we have produced several first-rate documentaries in places like Africa and Afghanistan, not to mention here at home. French Radio and Television work closely together to ensure delivery of quality programming.

Radio guarantees our listeners unfettered access to the diverse realities of this country. Those of francophones, anglophones, First Peoples, minorities, and every cultural community that calls Canada home. Diversity is built into our programming. Our mission is to ensure linguistic quality in all our programming. That is one of management's fundamental commitments.

I would like to say a few words about Radio Canada International or RCI. Since 1998, Radio Canada International has been producing and broadcasting to the world in seven languages: Canada's two official languages, as well as Russian, Ukrainian, Mandarin, Arabic and Spanish. In terms of programming, RCI produces daily and weekly programs in these seven languages, national and international newscasts, coverage of events all across Canada, as well as in-depth analyses, feature reports and interviews in the political, economic, social, cultural and scientific domains. RCI also produces content for distribution to partner broadcasters.

In terms of our Web-based services, these days, more and more people are joining the Internet community to stay connected to what's happening around the world. CBC/Radio-Canada.ca's Websites provide a further outlet for our traditional media content, while enriching it with specific content aimed at Canadian Web users.

Radio-Canada.ca is one of the most visited Websites among French-speaking Canadians. One quarter of Canada's four million francophone Web users visit the site at least once a month. CBC.ca and Radio-Canada.ca cover Canadian news region by region, providing regional informational windows on the Web. The 2002 SGI survey found 96 per cent of Radio-Canada.ca users were satisfied with the site's content. That quality has brought us international recognition: in September 2003, the digital archives site won a prestigious Prix Italia in the Cross Media Web category, while our Web coverage of the Iraq conflict was a finalist in the Digital Communication category.

The Radio-Canada International Website affords even greater dissemination of Canadian news around the world, enhancing RCI's already sterling reputation.

[English]

**The Chairman:** We are particularly looking forward to seeing the draft report to which you referred, Mr. Burman.

**Senator Forrestall:** Like Senator Eyton, I also have a reaction to certain things that the CBC does. However, once I have accommodated them, however, I am quite happy. I am pleased to

l'ouverture sur le monde. Nous considérons que pour survivre et s'épanouir, les francophones doivent plus que jamais s'ouvrir au monde.

Avec nos collègues de la radio anglaise, nous avons produit plusieurs documentaires de grande qualité, bien sûr au pays mais aussi en Afrique et cette semaine, notamment, en Afghanistan. La télévision et la radio françaises travaillent en étroite collaboration afin d'offrir une programmation de qualité.

Grâce à la radio, notre auditoire a accès à toutes les réalités au pays: celle des francophones et des anglophones, celle des Autochtones, des minorités et de toutes les communautés culturelles. La diversité culturelle constitue une facette importante de notre programmation. Notre mandat est d'offrir une programmation dans une langue française de qualité. C'est un des engagements fondamentaux de la direction.

Quelques mots sur Radio Canada international/RCI qui, depuis 1998, produit et diffuse à travers le monde des émissions en sept langues dont les deux langues officielles du pays, ainsi que le russe, l'ukrainien, le chinois, l'arabe et l'espagnol. Au niveau de la programmation, RCI produit des émissions quotidiennes et hebdomadaires dans les sept langues, en plus de bulletins de nouvelles internationales et nationales, d'événements de partout au pays, d'analyses en profondeur, de reportages et d'entrevues dans les domaines politique, économique, social, culturel et scientifique. Elle offre des émissions qu'elle distribue à ses stations partenaires à travers le monde.

En ce qui concerne le Web, de nos jours les gens sont de plus en plus branchés sur Internet car ils veulent avoir accès à la planète. Les sites CBC/Radio-Canada.ca permettent à nos médias traditionnels d'avoir une deuxième vie sur le Web en plus d'être enrichis de contenus spécifiques destinés aux internautes canadiens.

Radio-Canada.ca est un des sites médias les plus consultés au Canada francophone. Le quart des quatre millions d'internautes francophones le visite au moins une fois par mois. CBC/Radio-Canada.ca couvre toutes les grandes régions du pays offrant des fenêtres régionales d'information sur le Web. Environ 96 p. 100 des usagers de Radio-Canada.ca, selon le sondage SGI-2003, se considèrent satisfaits des contenus de ce site. Cette qualité est reconnue aussi internationalement et le site d'archives numérisées a gagné, en septembre 2003, le prestigieux prix Italia dans la catégorie Web Cross Media, tandis que notre dossier sur la guerre en Irak a été finaliste dans la catégorie Digital Communication.

Le site de Radio-Canada international offre un accès encore plus large à l'information canadienne à travers le monde prolongeant ainsi la notoriété très grande de RCI.

[Traduction]

**La présidente:** Nous attendons avec impatience le rapport auquel vous avez fait allusion tout à l'heure, monsieur Burman.

**Le sénateur Forrestall:** Comme le sénateur Eyton, je réagis des fois à certaines décisions de la SRC. Mais une fois que je les ai acceptées, je suis tout à fait heureux. Je suis content de pouvoir

have been a supporter for many, many years of CBC. I shared quarters with Don Messer at the Old College Street School in Halifax when he was the Canadian rage.

You are doing something now nationally that irritates me. On weekends and in the evenings, the news is introduced with something like, "From the national broadcasting centre for all Canada and all Canadians, here is the evening news with Trevor Eyton..." If you would stop telling the people of the world that Canada begins and ends in Toronto perhaps you might get more growing audiences.

Let me tell you, in respect of audiences, the more I have to put up with CNN, the more concentrated I become on CBC. CNN is your best source of growth. That was my one concern, except to say by and large you are doing fairly well, just for Pete's sake change that so I can go to sleep at night.

**The Chairman:** I have to tell you, that from Senator Forrestall, "doing fairly well" constitutes high praise.

**Mr. Burman:** In all seriousness, how we open programs is an ongoing issue for us. Essentially, what one hears at the beginning of *The National* before Peter Mansbridge is introduced is the identification of the building from which that newscast comes. However, I understand it as a metaphysical and a metaphorical kind of importance beyond that building and we will take it under advisement.

**Senator Gustafson:** My question goes to Mr. Burman and I credit you for talking about the international impact the media has on Canada and around the world and, more particularly, probably with the U.S.

In terms of screening the news, I know there must be a fine line there between freedom of press and what is played. I want to refer to two situations. First, the headlines today say we have a 77-cent dollar. *The Globe and Mail* says it is impacting Canada because \$1 billion a day trades across the border. In a couple of statements, you have mentioned Iraq again and again — both presentations have. In the case of the concerns about mad cow disease, many would argue that if we had not had so much media coverage about someone calling the president of the United States a shrub or other names or the fact that we did not cooperate in Iraq, that the border would have been open long ago.

That trade is very, very important. What, if any, is the screening process? I am not saying that somebody said there were lots of statements made against the president of the United States

vous dire que je suis un défenseur de CBC depuis de très nombreuses années. J'ai partagé un appartement avec Don Messer à l'École Old College Street à Halifax à l'époque où il faisait fureur.

Mais vous faites quelque chose maintenant au réseau national qui m'énervé. Le week-end et le soir, le présentateur des informations dit toujours: «Et maintenant, depuis le Centre national de radiodiffusion à Toronto, voici les informations...» Peut-être si vous cessiez de dire aux gens que le Canada se définit en fonction de ce qui se décide à Toronto, vous auriez plus de téléspectateurs.

En ce qui concerne vos auditoires, je dois vous dire que plus je me vois obligé de supporter CNN, plus j'ai tendance à vouloir regarder CBC. C'est parmi les téléspectateurs de CNN que vous avez le plus de chance d'accroître votre auditoire. C'était ça ma seule préoccupation, parce qu'à part ça, je dirais que vous vous en tirez assez bien; mais ayez pitié de nous et faites ce changement dont je vous parle, pour que je puisse mieux dormir la nuit.

**La présidente:** Je tiens à préciser que si le sénateur Forrestall dit «vous vous en tirez assez bien» vous devriez y voir un grand compliment.

**M. Burman:** Sérieusement, l'introduction de nos émissions continue d'être problématique en ce qui nous concerne. Au début de l'émission *The National*, avant que l'on présente Peter Mansbridge, nous indiquons à partir de quel centre l'émission est diffusée. Mais je comprends ce que vous dites à propos de l'importance métaphysique et métaphorique que cela semble rattacher à ce centre, et nous allons considérer cette question avec soin.

**Le sénateur Gustafson:** Ma question s'adresse à M. Burman, et je tiens à lui dire que c'est tout à son honneur d'avoir parlé de l'impact international des médias sur le Canada et dans le monde entier, et notamment aux États-Unis.

Pour ce qui est de filtrer les informations, je sais qu'entre la liberté de la presse et le choix de diffuser ou non certains reportages, il y a certainement une marge étroite. Je voudrais vous parler de situations précises. D'abord, à la une des journaux d'aujourd'hui, on annonce que le dollar est à 77 cents. D'après le *Globe and Mail*, ceci influe sur le Canada étant donné que les échanges quotidiens entre nos deux pays sont de l'ordre d'un milliard de dollars par jour. Vous avez parlé aujourd'hui de l'Iraq à maintes reprises — dans tous les exposés, d'ailleurs. Dans le contexte actuel des craintes concernant la maladie de la vache folle, nombreux sont ceux qui diraient que s'il y avait eu moins de couverture médiatique de l'incident où le président des États-Unis a été traité de «shrub» ou d'autres noms, ou du fait que nous n'avons pas coopéré avec les États-Unis en Iraq, la frontière entre nos deux pays serait ouverte depuis longtemps.

Ces échanges entre nos deux pays sont extrêmement importants. Quelle est votre procédure de filtrage? En avez-vous une? Je ne prétends pas que tous vos journalistes d'un bout à



right across Canada, but when something like that comes up, they play it again and again for weeks. A good news item would probably not hit that.

How do you deal with that? I am not only targeting the CBC, I am talking to the media as a whole.

**Mr. Burman:** I understand that, I respect your point, senator. We deal with it in a predictable way. We discuss and argue internally and debate a lot about it. I think there is a constant dialogue going on in our various newsrooms across the country, both CBC and Radio-Canada about the extent to which a story warrants the attention we give it, to what extent do we repeat it.

On issues such as the ones you mentioned, we are always conscious of the fact that certain stories assume a momentum that history will never grant them. However, in fairness to ourselves, when we go through these debates, we often then go back and review what we have done. Generally, and including in the instances you raised, our conclusion is that we were balanced and measured.

In this case, that story was not the CBC's momentum that produced it. It created a lot of comment among public officials, which we must report. It was in a context of a lot of attention on the Canada/U.S. relationship because of the Iraq situation. It is a delicate balancing act. The only thing I can do is assure you that your concern is felt very deeply among the people at CBC/Radio-Canada, and that is why we take it seriously and debate it seriously and we hope that, at the end of the day, we make the right decision.

**Senator Day:** Mr. Burman, in the material we have received, it is indicated here in February of 2000 you began the successful reorganization of CBC television information services into a single integrated CBC news division which now also includes CBC radio and the online service, CBC.ca.

That convergence has taken place between radio and television and the Internet at the management level. You were here earlier when we heard discussion about the convergence at the journalistic level. I would like you to discuss that convergence from the point of view of the Canadian viewing and listening audiences as to whether they are getting the choice that they previously had.

**Mr. Burman:** I would love to because I followed your earlier discussion with great interest. We have been integrating our news gathering efforts — in both radio and our Internet service — in a

l'autre du Canada disaient que des remarques désobligeantes avaient été faites au sujet du président des États-Unis, mais quand ce genre de chose se produit, on a tendance à rediffuser les mêmes segments tout le temps. Ce ne serait pas le cas pour un élément d'information positive.

Que faites-vous dans ces cas-là? Là mes commentaires ne visent pas uniquement la SRC; je parle des médias dans leur ensemble.

**M. Burman:** Oui, je comprends, et je respecte votre opinion, sénateur. Notre façon de régler ce genre de problème est tout à fait prévisible. Nous en discutons, et nous en débattons beaucoup à l'interne. Il y a un dialogue constant dans nos différentes salles de nouvelles dans tout le Canada, tant aux réseaux anglais et français de la SRC — sur l'attention qu'il convient de consacrer à tel incident ou élément d'actualité, et dans quelle mesure il faut rediffuser l'information.

Par rapport à des questions comme celles que vous avez mentionnées, nous sommes toujours conscients du fait que certains événements ou actualités prennent des proportions à cause des médias qu'elles ne prendraient pas normalement. Je tiens à préciser, cependant, à la décharge de CBC/Radio-Canada, que même après avoir tenu de tels débats, nous décidons très souvent de réexaminer ce que nous avons fait. Et généralement, y compris dans les cas que vous avez soulevés, nous arrivons à la conclusion que notre couverture était à la fois équilibrée et modérée.

Dans l'exemple que vous avez cité, ce n'est pas à cause des reportages de CBC que cet événement a pris autant d'importance. Le fait est qu'il a donné lieu à beaucoup de remarques de la part de différents responsables gouvernementaux, remarques que nous avons l'obligation de communiquer au public. Tout cela s'est produit dans un contexte où les feux de l'actualité étaient braqués sur les relations canado-américaines en raison de la situation en Iraq. Il peut être très difficile d'établir l'équilibre approprié. Tout ce que je peux vous dire, c'est que nous ressentons très profondément ces mêmes préoccupations chez CBC/Radio-Canada, et c'est pour cela que nous prenons ces questions très au sérieux, que nous en débattons sérieusement, et que nous espérons qu'en fin de compte, nous aurons toujours pris la bonne décision.

**Le sénateur Day:** Monsieur Burman, dans la documentation que nous avons reçue, on indique ici qu'en février 2000, vous avez commencé à réorganiser les services d'information télévisés de CBC pour créer une seule division intégrée de nouvelles qui comprend à présent CBC Radio et votre service en ligne, soit cbc.ca, et que vous avez mené à bien ce projet.

Cette convergence entre la radio, la télévision et Internet s'est opérée également au niveau de la direction. Vous étiez présent tout à l'heure quand nous discutons de la convergence sur le plan journalistique. J'aimerais que vous nous parliez un peu de cette convergence du point de vue de l'éventail des choix qui s'offrent maintenant aux téléspectateurs et auditeurs canadiens, par rapport à ce qu'il y avait précédemment.

**M. Burman:** C'est avec grand plaisir que j'interviens sur cette question, puisque j'avais suivi la discussion de tout à l'heure avec beaucoup d'intérêt. Depuis un moment nous intégrons



way that means that individual programs, while they will remain as distinct and separate as they are now, will have access to the vastness of the CBC bureau system across the country and around the world to supplement their own efforts. These are programs such as *The World at Six*, *World Report* on radio, *The National*, *Canada Now*, and others.

This will not affect the individual program decisions. In other words, the distinct treatment of stories that one expects in the morning when you turn on CBC radio or you expect from Peter Mansbridge on *The National* will not be homogenized. We are not dealing with that level.

Through this convergence, we are trying to avoid situations whereby a radio reporter makes a report on the morning news show without being aware that a colleague in television news down the hall had information about the story that could have helped the listener better understand it. We want to create an operation where we can easily share that information.

With all due respect, one of your questions in the earlier session led me to think that perhaps you have a misleading idea about what we are talking about. We are not talking about every reporter reporting the same report on television and radio. That will — and does — occur on occasion. It will certainly occur as we create new bureaus in smaller places such as Kelowna or other under-served places of Canada where there is not enough news pressure on them for them not to service both radio and television.

In most big bureaus, in Jerusalem, for example, we have two reporters — a radio and a television reporter. In London, we have separate networks of reporters because of the demands placed on them. We will be very careful about ensuring that when reporters are asked to service both radio and television that there is a reason for it. That will still be the exception, not the rule.

In the same way, my colleagues and I have worked very hard in respect of cooperation between the French and English foreign correspondents. As we try to make our operation — which is an integrated operation — act more collaboratively, we are very conscious ensuring there is not homogeneity in what you hear on the radio or see on television.

**The Chairman:** How many journalists do you have now compared with how many you had five or ten years ago? To what extent, in other words, is your multi-tasking being driven by budget cuts?

effectivement nos efforts de collecte de l'information — à la fois à la radio et dans notre service Internet — de telle manière que même si les émissions individuelles continueront d'être distinctes et complètement séparées, comme c'est le cas actuellement, elles pourront bénéficier du vaste réseau de bureaux maintenu par la SRC d'un bout à l'autre du Canada et à l'étranger afin de suppléer à leurs propres ressources. Il s'agit d'émissions telles que *The World at Six*, *World Report* à la radio, *The National*, *Canada Now*, and d'autres encore.

Cette nouvelle réalité n'influera pas sur les décisions prises à l'égard d'émissions individuelles. Autrement dit, le traitement particulier des actualités auxquelles on peut s'attendre le matin quand on écoute CBC Radio, ou le soir à l'émission *The National* lorsqu'on regarde Peter Mansbridge, ne disparaîtra pas en faveur d'un produit homogénéisé. Il ne s'agit absolument pas de ce genre de choses.

En réalisant cette convergence, nous cherchons à éviter une situation où un journaliste de la radio ferait un reportage à l'émission de nouvelles du matin sans savoir que son collègue de la télévision à l'autre étage avait certaines informations à ce sujet qui auraient pu permettre à l'auditeur de mieux comprendre la situation. Nous voulons créer une opération où nous pourrions facilement partager ce genre d'information.

Sauf votre respect, une de vos questions tout à l'heure m'a fait penser que vous avez peut-être une idée trompeuse de ce dont je parle. Il ne s'agit pas de demander à chaque journaliste de faire le même reportage pour la télévision et pour la radio. Cela devra se faire — et c'est déjà le cas — à l'occasion. Cela se fera certainement au fur et à mesure que nous établirons de nouveaux bureaux dans de plus petites localités comme Kelowna ou d'autres collectivités du Canada mal desservies par le SRC où la charge de travail n'est pas suffisante pour justifier que ces bureaux ne desservent pas à la fois la radio et la télévision.

Dans la plupart des grands bureaux — à Jérusalem, par exemple, nous avons deux journalistes — un qui travaille pour la radio, et l'autre, pour la télévision. À Londres, nous avons des réseaux distincts de journalistes en raison de leur forte charge de travail. Nous voudrions certainement nous assurer, au moment de demander à des journalistes de desservir les réseaux de radio et de télévision, qu'une telle demande est vraiment justifiée. Cela continuera d'être l'exception, et non la règle.

De la même façon, mes collègues et moi avons travaillé très fort pour renforcer la collaboration entre nos correspondants anglophones et francophones travaillant à l'étranger. En cherchant à faire en sorte que nos opérations — qui sont intégrées — soient davantage axées sur la collaboration, nous garderons à l'esprit la nécessité d'éviter l'homogénéité en ce qui concerne les reportages que nous diffusons à la radio et à la télévision.

**La présidente:** Votre effectif compte maintenant combien de journalistes, comparativement à ce que vous aviez il y a cinq ou 10 ans? Autrement dit, dans quelle mesure cette volonté de polyvalence est-elle le résultat de compressions budgétaires?

**Mr. Burman:** Well, I will answer those questions separately. I will speak to the English services and invite Mr. Saulnier and Mr. Saint-Laurent to speak to Radio Canada.

The department for which I am responsible, including not only reporters, but also producers and production staff — currently has about 1,900 staff across Canada and around the world. Ten years ago, we had approximately 2,500 staff. So there has been a reduction of about 500, and much of that has been in television — not radio — news and current affairs. We all lived through the 1990s and recall — as the chair mentioned in her remarks — that a lot of those were cuts that occurred throughout the regional system. In the last couple of years, we have been rebuilding that so the numbers is growing, but that is the disparity.

In respect of your second question, I can certainly assure you that integration — whether it was television two years ago, or the current integration relating to CBC radio news and CBC.ca — has nothing to do with downsizing. We have discovered that as we develop more platforms to transmit our news, that we were not organized in a way that we could actually handle it all. We realized there were certain areas where we truly were duplicating. For example, in the planning of stories, we were duplicating some of the research for stories. However, rarely did we feel that reporters' stories were duplicated.

In the future, I think we will look back and see that this integration has meant that we eliminated a lot of duplication that made no sense and took funding that should have been spent on more journalism. In keeping these separate infrastructures going, we would be re-directing funds that could be better spent.

There is a commitment, from the top down at CBC, that as we collaborate more and see areas where we can avoid duplication by freeing up a staff member or making a saving, then those resources will be directed into a program. There is a real separation between the program benefits that we know will come from working closer together and the experience of the past 10 or 15 years.

[Translation]

**Mr. Saulnier:** With respect to radio, it is important to realize that changes in our reporting staff reflect what I would call a shift in emphasis on French Radio. We have decided to place more of a focus on news and information and the choices we have made are closely connected to that change in direction in recent years. There are some 216 journalists working for French Radio —

**M. Burman:** Je vais répondre à chacune de ces questions séparément. Je vais vous expliquer la situation au réseau de langue anglaise, et M. Saulnier et M. Saint-Laurent pourront vous parler ensuite de Radio-Canada.

Le service dont je suis responsable, qui comprend non seulement les journalistes, mais les producteurs et tout le personnel de production, compte actuellement 1 900 employés d'un bout à l'autre du Canada et à l'étranger. Il y a 10 ans, nous avions un effectif de 2 500 personnes. Les postes qui ont été éliminés l'ont surtout été au service de nouvelles et d'actualité à la télévision — pas à la radio. Nous avons tous vécu la situation des années 90 et nous nous souvenons — comme la présidente l'a mentionné dans ses remarques — que bon nombre de ces compressions budgétaires ont influé directement sur notre réseau régional. Depuis quelques années, nous essayons de reconstituer ce réseau, et par conséquent, nous avons plus de personnel, mais il y a tout de même une différence considérable.

Pour répondre à votre deuxième question, je peux vous assurer que cette intégration — qu'on parle de ce qui s'est fait au service de la télévision il y a deux ans ou l'intégration actuelle des opérations du service de nouvelles de CBC-Radio et de cbc.ca — n'a rien à voir avec la réduction des effectifs. Nous avons découvert, au fur et à mesure que nous créons de nouvelles plates-formes pour diffuser des informations, que nous n'étions pas organisés de manière à faire tout cela efficacement. Nous nous sommes rendu compte qu'il y avait effectivement du double emploi dans certains domaines. Par exemple, au niveau de la préparation des reportages, il nous arrivait des fois de faire les mêmes recherches deux fois pour certains reportages. Par contre, nous n'étions presque jamais d'avis qu'il y avait du double emploi au niveau des reportages de nos journalistes.

À mon avis, quand nous réexaminerons ce qui a été fait dans quelques années, nous constaterons que cette intégration nous aura permis d'éliminer beaucoup de double emploi qui ne nous apportait absolument rien et nous faisons dépenser inutilement des crédits qui auraient pu servir à renforcer notre travail journalistique. Si nous avions décidé de conserver deux infrastructures complètement distinctes, nous serions en train de réorienter inutilement des crédits qui seraient utilisés à meilleur escient dans un autre contexte.

L'engagement que nous avons pris, à tous les paliers de l'organisation de la SRC, c'est qu'au fur et à mesure que nous renforcerons la collaboration et que nous éliminerons le double-emploi en libérant un membre du personnel ou en réalisant des économies, ces ressources seront réaffectées vers nos émissions. Il y a une véritable séparation entre les avantages que nous savons être en mesure de récolter grâce à une plus étroite collaboration entre nos services, et l'expérience des 10 ou 15 dernières années.

[Français]

**M. Saulnier:** En ce qui concerne la radio, il faut savoir que les changements dans le personnel journalistique tiennent compte de ce que je qualifierais d'évolution de l'orientation de la radio française. On a décidé de faire davantage en matière d'information et des choix sont liés à l'orientation définie ces dernières années. À la radio française vous avez 216 journalistes...

**The Chairman:** I assume that figure does not include technicians or producers — only reporters?

**Mr. Saulnier:** Yes, we are really talking about journalists here. Ninety-five of them work for the network, but not only in Montreal, because programs are produced in other locations than Montreal or broadcast over the network; we also have 121 people working in the regions. In the last ten years, we have added 20 or so reporter positions as a result of French Radio's new strategic thrust. That includes two new foreign correspondents, reporters working abroad, as well as in Fredericton and Bathurst; this is as a result of French Radio's new strategic thrust.

**Mr. Saint-Laurent:** I have been keeping a kind of "log book" for 12 years. In terms of our staff, not counting technical personnel, in 1990-91, we had a staff of 384, whereas now we are at 434, which is an increase of 13 per cent. On the management side, there used to be 39, as opposed to 27 today, which is a drop of about 31 per cent.

In terms of our program time — in other words, what we produce and put on the air — we used to produce 1,095 hours annually. We now produce 1,943 hours of programming, an increase of 77 per cent. That figure is for news production for French Television as a whole.

**The Chairman:** Mr. Saint-Laurent, if you could leave those figures with us, and if the other two witnesses could also provide us with equivalent figures, that would be extremely useful.

[English]

I am sorry, Senator Day. I could not resist leaning in.

**Senator Day:** I am glad you asked that question, because that saved me from asking that one. I do have one more question, if I may.

**The Chairman:** I did interrupt.

[Translation]

**Senator Day:** If I understood your presentation, Mr. Saint-Laurent, you said that during the war in Iraq, you had a journalist "assigned" to the Army there?

**Mr. Saint-Laurent:** The appropriate term is "embedded."

**Senator Day:** Is that true?

**Mr. Saint-Laurent:** Yes, absolutely.

**Senator Day:** As regards your Journalistic Standards and Practices Committee, you have explained the advantages, but have you also taken a close look at the disadvantages and such matters as a lack of independence?

**Mr. Saint-Laurent:** Yes. You obviously are not familiar with the way we operate. We work together on an ongoing basis; from day to day, we are in contact on an ongoing basis. We have discussed this, and our set-up depends on the kind of coverage we want to provide. Based on our current staff — there were bilingual people, people from Radio, Television and the other

**Le président:** Vous n'incluez pas dans ce chiffre les techniciens ou les réalisateurs, seulement les journalistes?

**M. Saulnier:** On parle vraiment de journalistes. Quatre-vingt-quinze d'entre eux travaillent pour le réseau et pas uniquement à Montréal, car des émissions proviennent d'ailleurs que Montréal et sont diffusées sur le réseau; et 121 personnes travaillent en région. Depuis dix ans on a ajouté des postes journalistiques, une vingtaine selon moi, liés à la nouvelle orientation définie par la radio française. Il y a parmi eux deux correspondants à l'étranger, des journalistes à l'étranger, également à Fredericton, à Bathurst; ils sont en lien avec cette nouvelle orientation que nous avons voulu donner à la radio française.

**M. Saint-Laurent:** Pour ma part je tiens une espèce de "tableau de bord" depuis 12 ans. En termes de nombre d'employés, sans le personnel technique, en 1990-91 on avait 384 personnes, on en a maintenant 434, autrement dit un ajout de 13 p. 100. Pour ce qui est des cadres, on avait 39 personnes et on en a aujourd'hui 27, ce qui veut dire une baisse de 31 p. 100.

Au niveau des heures diffusées, autrement dit ce que nous produisons et mettons en ondes, on produisait 1 095 heures annuellement. Aujourd'hui on produit 1 943 heures, ce qui veut dire une augmentation de 77 p. 100. C'est l'ensemble de la productivité de la télévision française en information.

**Le président:** Monsieur Saint-Laurent, si vous pouvez nous laisser ces chiffres, et également aux deux autres témoins s'ils peuvent fournir des chiffres équivalents, cela nous aiderait.

[Traduction]

Je suis désolée, sénateur Day. Je n'ai pas pu résister à la tentation de participer à ce débat.

**Le sénateur Day:** Et je suis bien content que vous ayez posé cette question, parce que vous m'avez épargné ce travail. Mais j'ai une autre question à poser, si vous me le permettez.

**La présidente:** Je vous ai quand même interrompu.

[Français]

**Le sénateur Day:** Si j'ai bien compris votre présentation, M. Saint-Laurent, vous avez dit que, pendant la guerre en Irak, vous aviez un journaliste "attaché" à l'armée là-bas?

**M. Saint-Laurent:** Le terme exact est "enchâssé".

**Le sénateur Day:** Est-ce que c'est vrai?

**M. Saint-Laurent:** Absolument.

**Le sénateur Day:** En ce qui a trait à votre comité des normes et pratiques journalistiques, vous avez bien expliqué les avantages, mais avez-vous aussi étudié et vérifié les désavantages et le manque d'indépendance?

**M. Saint-Laurent:** Oui. Évidemment, vous n'êtes pas familiers avec notre fonctionnement. Nous travaillons ensemble continuellement; au jour le jour, nous sommes constamment en contact. On a discuté de la question et ce qui a été établi dépend de la façon dont on veut faire la couverture. Avec les effectifs qu'on avait — il y avait des effectifs bilingues, radio, télé, et cetera



divisions — we agreed that there was room for one person, which is not much. We had an offer, but it depended on offers from the Americans. Not just anyone can decide to be embedded with a battalion. Names were drawn and that is how we were selected.

We had an interesting selection and we felt that with a force of about 40, we could afford to have two people — one reporter and a cameraman — embedded with the forces at the front. I did not hear of anything particularly negative. Of course, certain precautions have to be taken. The first time he filed a story, our reporter explained what he was doing there, the conditions under which he was working and that there were certain restrictions; however, the restrictions proved to be few and far in number. There were practically none to speak of, other than not mentioning the forces' geographical position.

It wasn't easy either, because they did not assign us — either Canadians or other foreigners — to the front line.

Initially, our reporter was stationed in Kuwait, with a bridge building unit. That obviously did not mean we would be seeing a lot of action at the front. So, we had to arrange for our reporter to be moved to another unit. They agreed to do that, and we finally crossed the border and got into Iraq. It was a very interesting experience.

It is important to remember that when we collect information, that is exactly what we do. At the other end of the pipe is what is called "broadcasting." I've always been in favour of collecting as much information as possible while following the processes set out in our journalistic standards and policies, but with as much editing as possible at the other end of the pipe, which means explaining why we chose to broadcast or not to broadcast certain material. We decide what the public should receive in the way of information, so that the public knows what we are doing.

So, that is what we did. We were lucky to have an opportunity to do this, because in addition to our people, Tony and Alain also had people out there. I believe this gave us a chance to present some interesting angles. I do not intend to embed all my staff with American troops. Whether we like it or not, those people become part of the group. They feel the same fears and are subject to the same constraints. Thus it can be difficult to detach oneself from what is going on, although it obviously depends on what is being asked of the reporter. The other thing is you cannot just send anyone into that situation. The reporters I referred to are extremely independent, highly experienced and are familiar with these kinds of conditions.

**Senator Day:** Do you intend to repeat that experience in a future war?

**Mr. Saint-Laurent:** Yes.

**Senator Corbin:** What war?

**Senator Day:** The next one.

— on a convenu qu'il y avait place pour une personne, ce qui n'est pas beaucoup. On avait une offre, mais cela dépendait des offres des Américains. N'embarque pas dans un bataillon qui veut. Des noms avaient été pigés et c'est comme cela que nous avons été sélectionnés.

On avait une sélection intéressante et on s'est dit que, avec l'ensemble des forces, une quarantaine de personnes, pouvait se permettre d'avoir deux personnes, un journaliste et une caméra, avec les forces au front. Je n'ai pas vu tellement d'éléments négatifs. Évidemment, il y a certaines précautions à prendre. Notre journaliste a, dès son premier reportage, expliqué ce qu'il faisait là, les conditions dans lesquelles il travaillait et qu'il y avait certaines restrictions; celles-ci, cependant, se sont avérées presque nulles. Il n'y en avait quasiment pas, sinon celle de ne pas mentionner la position géographique où il se situait.

Ce n'était pas facile non plus, parce qu'il ne nous ont pas affectés — les Canadiens ou les autres groupes étrangers — en première ligne.

Notre journaliste a d'abord été stationné au Koweït avec une unité de construction de ponts. On ne peut pas dire que cela nous permettait d'entrevoir beaucoup d'action sur le front. On est donc obligé de faire en sorte que le journaliste passe dans une autre unité. Ils ont accepté qu'on le fasse et on a finalement traversé les frontières et on s'est rendus en Irak. C'est une expérience très intéressante.

Il ne faut pas oublier que lorsqu'on fait de la cueillette d'information, c'est ce qu'on fait. Il y a un autre bout du tuyau qui s'appelle la «diffusion». J'ai toujours été en faveur du plus de cueillette d'information possible en respectant les processus prévus dans nos normes et nos politiques journalistiques, mais aussi le plus d'édition possible à l'autre bout du tuyau, qui consiste à dire pourquoi on choisit de diffuser ou de ne pas diffuser. Nous décidons de ce qu'on devrait donner au public afin qu'il sache ce qu'on fait.

C'est ce qu'on a fait. On a été chanceux de le faire parce que Tony et Alain avaient des troupes ailleurs ainsi que les nôtres. Je pense que cela apporte des angles intéressants. Je ne vais pas distribuer tous mes effectifs avec les troupes américaines. Qu'on le veuille ou non, ces gens sont assimilés au groupe. Ils ont les mêmes craintes et les mêmes contraintes. C'est donc difficile de se détacher, sauf que cela dépend de ce qu'on demande aux journalistes. De plus, on n'envoie pas n'importe qui là-dedans. Ces journalistes sont très indépendants, extrêmement expérimentés et ils connaissent ce type de conditions.

**Le sénateur Day:** Allez-vous répéter l'expérience lors d'une prochaine guerre?

**M. Saint-Laurent:** Oui.

**Le sénateur Corbin:** Quelle guerre?

**Le sénateur Day:** La prochaine.

[English]

**Senator LaPierre:** I am very distressed by this. I am horrified and scandalized. I had great pride in the fact that we had no journalists embedded with the American forces. I now find there was one. Did that person broadcast in English as well?

**Mr. Saint-Laurent:** I do not think so. There may have been one report. Do you remember that?

**Mr. Burman:** I do not know. I cannot recall.

**The Chairman:** That should be easy to find out. Could you please let us know?

**Mr. Burman:** I will let you know.

**Senator Merchant:** I think I am a practical person. I would like to return to your having a really good message, but nobody is listening to it and you are not engaging Canadians. When I gave you the BBM numbers earlier I neglected to say that that was for women and men aged 18 to 34. I have been told since that you have a very small audience across the country in the younger demographics.

At the same time, I should have given some other comparative figures that show that a station in Saskatoon has 1.2 per cent of the female audience in FM radio, while another station has 22.9 per cent of the listening audience. Similarly, another station has 20.4 per cent. In the male population, that number jumps with the first station to 42.3 per cent of the listening audience.

You say that you do not have a great audience in the younger demographics. I will deal then with the audience who is over 34 years of age. I am a CBC listener and I watch CBC television news. I must tell you that the people I speak with detect an arrogance when it comes to the CBC. Perhaps you have every reason to be proud of the product that you put out.

I like to watch the news on television in the evening. Sometimes I feel as if you are daring me to watch you. I know that your news time is ten o'clock in the evening. I will not chase all over the map to find out when you are broadcasting news. I know that you are broadcasting news five times a day, which is great. However, I think that people in my age group are used to watching the news at a certain hour at night. I sit by my television set and I like to watch my news at the same time.

I think, perhaps, you are getting killed in terms of audience when other broadcasters have their news at eleven o'clock at night. I find now that I do not always get news at 10 p.m. on CBC. If there is a hockey game, that is not the case. I am not

[Traduction]

**Le sénateur LaPierre:** Je suis catastrophé d'apprendre cela. C'est tout à fait scandaleux. J'étais très fier du fait qu'aucun de nos journalistes n'était «enchâssé» dans les Forces armées américaines. Maintenant j'apprends qu'il y en avait un. Cette personne a-t-elle fait des reportages en anglais également?

**M. Saint-Laurent:** Non, je ne crois pas. Il y en a peut-être eu un. Vous vous en souvenez?

**M. Burman:** Je ne sais pas. Je ne me rappelle plus.

**La présidente:** Vous devriez pouvoir vous renseigner assez facilement. Pourriez-vous nous le faire savoir, s'il vous plaît?

**M. Burman:** Oui, je m'en charge.

**Le sénateur Merchant:** Je crois être quelqu'un de pratique. Je voudrais revenir sur ce que je disais à propos du fait que vous avez un excellent message, mais que personne ne l'écoute et qu'au fond vous ne réussissez pas à susciter l'intérêt des Canadiens pour ce que vous faites. Quand je vous citais les chiffres du BBM tout à l'heure, j'ai oublié de dire que ces derniers concernaient les hommes et les femmes âgés de 18 à 34 ans. On m'a dit depuis que vous avez un public très limité au Canada parmi les jeunes.

En même temps, j'aurais dû vous donner d'autres statistiques comparatives, statistiques qui indiquent, par exemple, qu'une station de Saskatoon n'attire que 1,2 p. 100 des auditrices de stations de radio FM, alors qu'une autre station attire 22,9 p. 100 des auditeurs. Il y a une autre station encore qui détient 20,4 p. 100 de ce marché. Parmi les hommes, la proportion pour la première station dont je vous ai parlé passe à 42,3 p. 100 des auditeurs.

Vous dites que vous n'avez pas beaucoup d'auditeurs et de téléspectateurs parmi les jeunes. Dans ce cas, je voudrais vous parler du segment de la population âgé de plus de 34 ans. Pour ma part, j'écoute la radio et je regarde les informations sur CBC. Je dois vous dire que les gens à qui je parle me disent qu'ils ont l'impression d'une attitude quelque peu arrogante parmi les gens qui travaillent pour CBC. Peut-être avez-vous toutes les raisons du monde d'être fiers de vos produits.

J'aime bien regarder les informations à la télévision le soir. Des fois j'ai l'impression que vous me mettez au défi de regarder vos émissions de nouvelles. Je sais que les informations sont diffusées à 22 heures sur votre chaîne. Mais je n'ai pas l'intention de chercher à droite et à gauche pour savoir quand vous diffusez les informations. Je sais que vous le faites cinq fois par jour, et c'est fantastique. Mais les gens de mon âge ont l'habitude de regarder les informations à une certaine heure le soir. Je m'assois à côté de ma télévision et j'aime bien regarder les informations à la même heure tous les soirs.

J'ai l'impression que si vous avez moins de téléspectateurs, par rapport à d'autres radiodiffuseurs, c'est parce que ces derniers diffusent leurs informations à 23 heures. Je constate que je ne peux pas toujours regarder les informations sur CBC à 22 heures.

interested in hockey. Therefore, I have to wait and see when you might have a little news for me. On the weekends, you have no news at 10 p.m.

People feel passionately about these things. It does matter what things cost. I am sorry; you do not care if you have an audience. It appears you do not care what things cost — you told that CBC service costs \$29 per person. What does it cost for me to watch the news? If I cannot get it, I get very upset about it.

**Mr. Burman:** As earlier indicated, we will get you the breakdown in terms of numbers.

With respect, I would like to challenge your premise. It is inaccurate to say that no one is listening or no one is watching. As was pointed out earlier — and there will be reports to indicate it — in many centres across this country, CBC radio programs, particularly in the morning, are the number one program or close to it. The numbers for *The Current* with Anna Maria Tremonti are as strong as they have ever been in that time slot. There is a pattern in CBC radio that the numbers are strong and growing.

In terms of television, it is unfair to suggest that we are indifferent to how many people are watching. We broadcast *The National* at ten o'clock for people who, like yourself, wanted it at 10 p.m. We also repeat it at 11 p.m. for those who choose to watch it at 11. It also airs on Newsworld at nine o'clock.

If you accumulate those numbers — a valid method — on many nights, more Canadians watch *The National* than any other national newscast. We are not shy or defensive at all about the number of people who watch our programs. Newsworld has an audience share twice that of its next Canadian competitor, CTV Newsnet. We are not shy or defensive about the number of people who rely on Newsworld.

Above and beyond ratings, we are also proud of the fact that many people who watch our program also value it, and that is indicated in public surveys.

I think it is important that we get back to you to clarify what I would argue are misunderstandings on your part about our ability

S'il y a un match de hockey, l'heure change. Le hockey ne m'intéresse pas, personnellement. Je suis donc obligé d'attendre et de voir quand vous allez présenter les informations. Le week-end, il n'y a pas d'informations à 22 heures.

Ce genre de choses suscite beaucoup de passion chez les gens. Le fait est que la question des coûts est importante. Je suis désolé d'avoir à vous dire ça, mais il semble clair qu'il vous importe peu de savoir si vous avez un public ou non. Vous donnez aussi l'impression de ne pas beaucoup vous intéresser au coût des choses — vous avez dit que les services de CBC/Radio-Canada coûtent 29 \$ par personne. Mais combien cela me coûte-t-il pour regarder les informations? Si je suis dans l'impossibilité de les voir, cela me frustre beaucoup.

**M. Burman:** Comme nous vous l'avons dit tout à l'heure, nous vous ferons parvenir des chiffres précis qui présentent la ventilation.

Sans vouloir vous contredire, votre prémisse me semble erronée. Il n'est pas vrai que personne n'écoute ou ne regarde nos émissions. Comme on vous l'expliquait tout à l'heure — et nous avons des rapports qui le prouvent — dans bien des centres du Canada, les émissions de radio sur CBC, notamment le matin, sont au premier rang ou pas loin. La cote d'écoute de l'émission *The Current* animée par Anna Maria Tremonti est aussi forte qu'elle a jamais été pour aucune autre émission diffusée dans cette tranche horaire. À la radio de CBC, les cotes d'écoute sont très bonnes et ne cessent de s'améliorer.

Pour ce qui est de la télévision, je trouve injuste que vous laissiez entendre que cela ne nous intéresse pas de savoir combien de personnes regardent nos émissions. Nous diffusons *The National* à 22 heures pour faire plaisir à des gens comme vous, qui souhaitaient regarder les informations à 22 heures. Nous rediffusions les informations à 23 heures pour ceux qui préfèrent les regarder à cette heure-là. Elles sont également diffusées sur Newsworld à 21 heures.

Si vous mettez ensemble toutes les statistiques — et c'est une méthode tout à fait valable — bien des soirs, plus de Canadiens regardent *The National* que n'importe quel autre bulletin d'informations nationales. Nous n'avons absolument pas peur de parler du nombre de téléspectateurs qui regardent nos émissions, et nous ne voyons pas de raison d'être sur la défensive à ce sujet. Newsworld a deux fois plus de téléspectateurs que son homologue canadien, CTV Newsnet. Donc, non seulement nous n'avons pas peur de le dire mais nous ne sommes pas du tout sur la défensive en ce qui concerne le nombre de personnes qui dépendent de Newsworld pour avoir des informations.

En dehors de la question des cotes d'écoute, nous sommes également fiers du fait que bon nombre de nos téléspectateurs attachent beaucoup de valeur et d'importance à nos émissions, car voilà ce que nous indiquent les sondages d'opinion publique.

Par contre, je pense qu'il faut absolument qu'on vous fasse parvenir de l'information pour clarifier la situation voir même



to get listeners or viewers. We will also get back to you with more information on that money issue.

**Senator LaPierre:** My questions are to both Mr. Saulnier and Mr. Saint-Laurent. Mr. Burman and his people are being accused of being Toronto-centric, arrogant, anti-American, anti-Semitic or anti-Israel — which is the same thing — and left wing.

[Translation]

Mr. Saint-Laurent and Mr. Saulnier, what are you accused of?

**Mr. Saint-Laurent:** We are accused of quite a number of things. I have read thousands of letters over the years. For some time we were accused of being separatists.

**Senator LaPierre:** Yes, I thought you were too.

**Mr. Saint-Laurent:** The situation has changed somewhat, because in recent years, we have also been accused of being federalists. We have not reached the stage where we are being accused of being leftists. We also received a number of complaints regarding the Israeli-Palestinian question. The number of complaints has dropped, but there are still some. With the ombudsmen, we had to answer a lot of questions.

**Mr. Saulnier:** One thing that reflects the kind of complaints received about French Radio and Television is the annual report published by the ombudsman for the French network. That report states that the Israeli-Palestinian conflict was one of the subjects about which complaints were received. Generally speaking, we are accused of supporting one side in particular, and sometimes the other. Recently, I was accused of favouring economic neo-liberalism in my programming, but another day, there will be different complaints. There are times when current events can certainly harden the position taken by one side or the other, and that is when the complaints start to flow in. The best reflection of reality is the information found in the ombudsman's report. We will send you a copy.

[English]

**Senator LaPierre:** Madam Chair, I would like to have a report on multiculturalism, the use of visible minorities and the service to visible minorities across the country, arising out of Minister Copps' forum on visible minorities and Canadian cultural diversity.

I believe you are supposed to present a report every year on these matters, and it would be nice to have that, if I may, madam.

**The Chairman:** It would.

dissiper certains malentendus concernant votre perception de notre capacité d'attirer des auditeurs ou des téléspectateurs. Nous allons également vous faire parvenir des statistiques sur l'utilisation du budget.

**Le sénateur LaPierre:** Mes questions s'adressent à la fois à M. Saulnier et à M. Saint-Laurent. M. Burman et son équipe sont accusés de Toronto-centrisme, d'arrogance, d'anti-américanisme, d'antisémitisme ou de sentiments anti-Israël — ce qui revient au même — et d'attitudes gauchisantes.

[Français]

Messieurs Saint-Laurent et Saulnier, de quoi vous accuse-t-on?

**M. Saint-Laurent:** On nous accuse d'un nombre assez important de choses. J'ai lu des milliers de lettres au cours des années. On nous a accusés pendant un certain temps d'être des séparatistes.

**Le sénateur LaPierre:** Je le croyais aussi.

**M. Saint-Laurent:** La situation a quelque peu changé puisqu'au cours des dernières années on nous a accusés d'être des fédéralistes. Nous ne sommes pas au point où on nous accuse d'être de gauche. On a aussi eu droit à un certain nombre de plaintes concernant la question israélo-palestinienne. Le nombre de plaintes est moins important, mais il existe quand même. Nous avons dû répondre, avec les ombudsmans, à beaucoup de questions.

**M. Saulnier:** Une des indications qui peut permettre de refléter quel genre de plaintes sont reçues par les réseaux français radio et télévision, est le rapport annuel de l'ombudsman de Radio-Canada français. Nous y faisons, bien sûr, état du conflit israélo-palestinien comme étant l'un des sujets pour lesquels il y a un certain nombre de plaintes. De façon générale, on nous accuse parfois d'être dans un camp et parfois dans l'autre. Tout récemment, j'ai reçu des accusations de favoriser le courant néo-libéral en matière économique dans mes émissions et, à d'autres moments, ce sera d'autres plaintes. Il y a des périodes où l'actualité va, tout à coup, exacerber les points de vue d'un camp et de l'autre et les plaintes rebondissent. La meilleure façon d'avoir le reflet le plus proche de la réalité, est le rapport de l'ombudsman. Nous allons vous le faire parvenir.

[Traduction]

**Le sénateur LaPierre:** Madame la présidente, il serait bon de préparer un rapport sur le multiculturalisme, le recours aux membres des minorités visibles et les services assurés aux minorités visibles dans tout le Canada pour faire suite au forum de Mme Copps sur les minorités visibles et la diversité culturelle canadienne.

Je crois que vous êtes censée présenter un rapport chaque année sur de telles questions, et il serait bon qu'il y en ait un sur cette question-là, si je peux me permettre de vous faire cette suggestion, madame la présidente.

**La présidente:** Vous avez tout à fait raison.

*[Translation]*

**Senator Corbin:** Could you give me an overview of your recruitment practices, and tell me how many journalists leave the Corporation in a given year, how many new reporters you hire, and the standards that you apply both for the French and English networks?

**Mr. Saint-Laurent:** That depends. There are times where we do not do much hiring. We have implemented a system that should have been in place previously, whereby we connect information about people's evaluation, induction, training and hiring subsequent to training. That plan is copied directly from the English system that provides for practicums or training courses. The training involves working with new media, as well as in radio and television. People are trained to know how to behave professionally. Following that training, mentors are assigned to work with new recruits, and if a position becomes available, a trainee can be appointed.

We have systematically done a lot of recruitment on university campuses. Indeed, we have appointed an individual to supervise university recruitment. That person maintains ongoing contact with the universities. We have established an internship program under which new recruits are given assignments, and are subject to supervision and evaluation. In many cases, we bring them in as surplus reporters, and they have an opportunity to get a job. That is a better process compared to the one we had previously.

**Mr. Saulnier:** In the next five years, 20 per cent of our radio reporters will reach retirement age. We are now planning for the time when we will be bringing in new journalists from every region of the country and every university, in order to have the resources we require to provide the same quality news and information in the coming years.

*[English]*

**Mr. Burman:** It is an exciting period for all of us at CBC/Radio-Canada. I joined the CBC in the 1970s, during a big hiring period. Many of the people hired back then are running various parts of the CBC right now. In reference to something Mr. Saulnier said, I think we are in a situation because, dare I say, people of my age will be leaving the work force in the next five to 10 years, that there will be a unique opportunity for us to hire.

Three or four years ago, when the burden of the budget cuts seemed to ease, I was head of *Newsworld*, and we put ads across the country for six positions. We got 5,000 applicants from literally every corner of this country. Since then, we have built up a computer base, and working within French and English and radio and television, we have a very intense scanning system on our part to bring the best and the brightest into CBC and Radio-Canada. I have little doubt that in five, ten or twenty years from now the leaders of the CBC will be the people who are in the

*[Français]*

**Le sénateur Corbin:** Pouvez-vous me donner un portrait de vos pratiques de recrutement, me dire combien de journalistes quittent dans une année, combien de nouveaux journalistes vous embauchez, quelles sont les normes que vous recherchez chez ces personnes, tant au réseau français qu'au réseau anglais?

**M. Saint-Laurent:** Cela dépend des périodes. Il y a des périodes où nous n'embauchons pas beaucoup. Nous avons mis sur pied un système qui aurait dû être là avant, où nous avons fait un lien entre l'évaluation des personnes, l'accueil des personnes, leur formation et l'embauche après leur formation. Ce plan est copié du système anglais qui prévoit des stages. Ce sont des stages dans les nouveaux médias, des stages à la radio et à la télévision. Ils forment les gens afin de savoir comment ils peuvent intervenir professionnellement. Après ces stages, il y a des mentors pour surveiller les nouvelles recrues et si un poste devient disponible, ces stagiaires peuvent les obtenir.

Nous avons fait beaucoup de recrutement auprès des universités de façon assez systématique. Nous avons nommé une personne qui surveille le recrutement dans les universités. Cette personne est continuellement en contact avec ces universités. Nous avons établi un programme de stagiaires où nous pouvons faire travailler les recrues, les surveiller et les évaluer. Dans beaucoup de cas, nous les faisons venir comme journalistes surnuméraires et ils ont des chances d'occuper des emplois. C'est une méthode améliorée par rapport à celle qu'on avait auparavant.

**M. Saulnier:** Au cours des cinq prochaines années, 20 p. 100 de notre personnel journalistique radiophonique atteindra l'âge de la retraite. Nous sommes en train de planifier l'arrivée de nouveaux journalistes provenant de toutes les régions du pays et de toutes les universités pour avoir des ressources qui nous permettront d'offrir la même qualité d'information pour les prochaines années.

*[Traduction]*

**M. Burman:** C'est une période des plus intéressantes pour nous tous à CBC/Radio-Canada. J'ai commencé à travailler pour la SRC dans les années 70, à l'époque où la Société engageait beaucoup de personnel. Bon nombre de ceux et celles qui ont été recrutés à l'époque dirigent à présent différents services de la Société. Par rapport à ce que disait M. Saulnier, je pense que nous sommes actuellement dans une situation où un certain nombre de personnes de mon âge voudront quitter la population active au cours des cinq à 10 prochaines années, si bien que nous aurons l'occasion rêvée de recruter du nouveau personnel.

Il y a trois ou quatre ans, au moment où le fardeau des compressions budgétaires a commencé à s'alléger un peu, j'étais responsable de *Newsworld*, et nous avons donc mis des annonces dans les journaux dans tout le Canada concernant six postes à combler. Nous avons reçu 5 000 demandes venant de gens de tous les coins du pays. Depuis, nous avons créé une sorte de base de données informatique, si bien que pour les réseaux anglais et français et pour la radio et la télévision, nous avons un système de sélection très intense qui nous permet de



process of being hired. We have had the opportunity to hire about 100 journalists in the past couple of years and I think the numbers over the next several years will be equally striking.

**Senator Corbin:** Would I be correct in assuming that you are looking for specialization in various fields?

**Mr. Burman:** Yes, we are looking for a whole range of individuals. Clearly, quality is the characteristic that Canadians associate with the CBC. Quality can include a variety of things, including education. However, what is quite remarkable — and I know you realize this as well — is the richness of people who are available and eager to work for a public broadcast system. Whether one credits it to a convergence or something else, the market within the private sector, as it relates to journalists and to news and information, is a demoralized and a depressing one. I believe in that sense the CBC and Radio-Canada are seen as an opportunity really to do quality work. In that sense, we are fortunate in being able to choose among a wide variety.

In respect of Senator LaPierre's comment, diversity is one of these incredibly important aspects. Again, ten or twenty years from now, people will be able to judge people like myself on how we delivered on this unique occasion when the CBC and Radio-Canada once again, like in the 1970s, were able to hire new people and renew and rebuild.

[Translation]

**Mr. Saint-Laurent:** There is a comprehensive study and a considerable amount of work currently underway at CBC/Radio-Canada in the area of work force renewal. That initiative is quite an extensive one and is currently in phase III. It involves a history of labour market forecasts, demographics, and the locations of important positions. That is ongoing and is being done for the Corporation as a whole.

**Senator Corbin:** Thank you very much.

[English]

**Senator Gustafson:** I have a short supplementary question on interpreting the news. One of the reporters reported that the unity issue was 99 per cent dead. Well, as one wanting to see the unity situation go ahead between the Alliance and the Conservatives — and I like Mike Duffy, he is one of my favourites — but I thought, man, you killed us. My question is: How do the news media — and that would be for all parties — handle interpreting the news?

recruter les meilleurs journalistes possible pour CBC et Radio-Canada. Je suis convaincu que dans cinq, 10 ou 20 ans, les nouveaux dirigeants de la SRC sont ceux et celles que nous sommes en train de recruter. Nous avons eu l'occasion d'engager environ 100 journalistes au cours des dernières années, et à mon avis, le nombre de nouvelle recrues dans les prochaines années sera tout aussi important.

**Le sénateur Corbin:** Ai-je raison de croire que vous cherchez des gens qui ont une spécialisation dans certaines domaines?

**M. Burman:** Oui, nous cherchons des gens ayant toutes sortes de compétences et spécialisations différentes. Il est clair que la qualité est la caractéristique qui définit la SRC pour les Canadiens. Cette qualité peut se manifester de diverses façons, y compris par les études qu'on a faites. Mais ce qui est tout à fait remarquable — et je sais que vous en êtes tout à fait conscient — c'est la richesse des candidats et candidates qui sont disponibles et ont envie de travailler pour un réseau de radiodiffusion public. Que ce soit à cause de la convergence ou pour d'autres raisons, dans le secteur privé le marché en ce qui concerne les journalistes travaillant pour des services d'informations et d'actualité, est extrêmement démoralisé et assez déprimant. Dans ce sens, CBC/Radio-Canada sont perçus comme offrant l'occasion de vraiment donner la priorité à la qualité dans le domaine journalistique. Dans ce sens-là, nous avons beaucoup de chance de pouvoir choisir parmi un grand nombre de personnes.

Par rapport aux remarques du sénateur Lapierre, il ne fait aucun doute que la diversité est extrêmement importante. Encore une fois, dans 10 ou 20 ans, les Canadiens pourront porter un jugement sur la performance de gens comme moi selon que nous su profiter de cette occasion unique comme celle qui s'est présentée dans les années 70, je recrutais du nouveau personnel et donc de renouveler et de rebâtir l'organisation.

[Français]

**M. Saint-Laurent:** Il y a une étude exhaustive et des travaux très importants qui se font à Radio-Canada et à CBC pour le renouvellement de la main-d'œuvre. Ce travail est considérable et est présentement à sa phase 3. Il s'agit d'un historique des prévisions de la main-d'œuvre, de la démographie, de l'endroit où sont les postes importants. Cela est en train de se faire et c'est pour l'ensemble de l'entreprise.

**Le sénateur Corbin:** Merci beaucoup.

[Traduction]

**Le sénateur Gustafson:** J'ai une courte question complémentaire sur l'interprétation des informations. Un journaliste a dit un jour que la question de l'union canadienne était à peu près morte de sa belle mort. Eh, moi qui souhaitais ardemment une fusion entre l'Alliance et la Parti conservateur — et j'aime bien Mike Duffy, c'est un des présentateurs journalistes que j'aime le plus — je me disais: Mon Dieu, mais il vient de nous donner le coût de grâce. Ma question est celle-ci: comment font les médias d'information — et là je parle de tout les monde — pou interpréter les actualités?



**Mr. Burman:** You are aware that Mike Duffy is with CTV, I hope. That is an important distinction here.

**Senator Gustafson:** I just used him as an example.

**Mr. Burman:** There is an important distinction there and we are very much aware of it.

We have a journalistic policy book that is full of cautions about making a distinction between what is fact, what is interpretation and what is analysis. That is one of these things that we debate internally. We try to be — and I think we have been — incredibly self-disciplined and rigorous about not crossing that line.

**Senator Gustafson:** That is quite a challenge.

**Senator Eyton:** I wish to talk about money again. In some quarters CBC has a reputation, deserved or not, of being free-spending and extravagant in some of their work.

My question is two-fold; I wish to talk about revenue and costs. With respect to costs, is your costing effective opposite both existing and new programs? How do you monitor it? Is that vigorous? In general, in that category, do you measure against your private sector counterparts and are you competitive?

**Mr. Burman:** Perhaps the only positive benefit of having been through a decade of budget cuts is that it focuses the mind and creates a self-discipline within the organization. In terms of one's temperature level, there are few things that get to us more — and I am not referring to your reference — than suggestions that there is a kind of looseness or casualness about the way that we use our money or staff programs. That is a luxury that we have not been able to experience in many years. There is a rigorous and self-disciplined costing process. Due to the money pressures on us, there is a fierce requirement on the part of producers and on the part of managers like myself, to make the case in respect of those areas that are appropriately related to business.

In terms of hiring new people, we have had the benefit in recent years of bringing in some of the best and brightest financial people from other companies, including competitive media companies who have been not only quite struck at how disciplined we are, but also have been able to bring us lessons that we should learn.

The other issue relating to how we compare with the private sector can get difficult because there are aspects of our programs that do not relate to a business plan, but to the value of programs, to the perception and reliance on the part of Canadians as to how we do our job. Those are things that we try to quantify. We want

**M. Burman:** J'espère que vous savez que Mike Duffy travaille pour CTV. C'est une distinction importante qu'il convient de faire.

**Le sénateur Gustafson:** Je l'ai cité à titre d'exemple seulement.

**M. Burman:** Il y a une distinction importante à faire, et nous en sommes tout à fait conscients.

Notre politique journalistique comprendre de nombreuses mises en garde sur les distinctions à faire entre les faits et l'interprétation ou l'analyse des faits. Voilà justement l'une des questions dont nous débattons souvent à l'interne. Nous essayons — et je crois que nous avons réussi — de faire preuve d'une très grande autodiscipline et de rigueur pour ce qui est de ne pas confondre les deux.

**Le sénateur Gustafson:** C'est une défi de taille.

**Le sénateur Eyton:** Je voudrais parler encore une fois d'argent. Dans certains milieux, la SRC est considérée, que cette réputation soit justifiée ou non, comme étant une organisation qui dépense librement et même de façon exagérée dans le cadre de certaines des ses activités.

Ma question a donc deux volets; je voudrais parler à la fois de revenus et de dépenses. En ce qui concerne vos dépenses, votre méthode d'attribution des coûts est-elle efficace par rapport à vos émissions à la fois existantes et nouvelles? Comment faites-vous pour en assurer le suivi? S'agit-il d'une méthode de contrôle rigoureuse? En général, pour cette catégorie de dépenses, établissez-vous des comparaisons entre vos dépenses et celles de vos homologues du privé, et êtes-vous concurrentiels?

**M. Burman:** Je pense que peut-être le seul avantage d'être passé par une dizaine d'années de compressions budgétaires est que cela nous apprend à nous concentrer sur l'essentiel et à vraiment nous discipliner. Là je ne fais pas allusion à vos remarques, mais je dois dire qu'il y a peu de choses qui nous font monter la moutarde au nez plus rapidement que de nous faire dire que nous dépensons sans compter ou que nous utilisons les crédits ou appliquons les programmes qui visent notre personnel avec nonchalance. Voilà justement un luxe que nous n'avons pas pu nous permettre depuis bien longtemps. Le fait est que nous avons un système d'attribution et de contrôle des coûts extrêmement rigoureux et discipliné. En raison des pressions budgétaires qui pèsent sur nous, nous exigeons de la part non seulement des producteurs, mais de cadres comme moi-même, que les dépenses proposées sont vraiment justifiées pour mener à bien l'activité en question.

Pour ce qui est de recruter de nouveaux employés, nous avons eu l'avantage ces dernières années de pouvoir recruter parmi les meilleurs experts financiers qui travaillaient pour d'autres entreprises, y compris pour des entreprises médiatiques concurrentielles, et ces derniers ont été assez stupéfaits de voir à quel point nous sommes disciplinés tout en nous permettant d'apprendre bien des choses utiles.

Quant aux autres points de comparaison avec le secteur privé, il peut être difficile d'établir des comparaisons de ce genre parce que certains aspects de nos programmes ne sont pas directement liés à un plan d'activités, mais plutôt à la valeur de nos émissions, à la perception des Canadiens de notre façon de remplir notre

to make everything measurable to the extent that we can, but we cannot necessarily quantify on the same kind shareholder-driven basis that a private sector network can.

My final point is that one of the other difficulties of comparison is that the commitment to news and current affairs by CBC and Radio-Canada is so much at the core of what CBC feels itself to be. For instance, our commitment to cover Iraq to the extent that Canadians expected us to cover it, and the confidence that we knew that we would have those resources is something that cannot be matched by a private news organization that feels Iraq is simply a story that interferes with their major mission.

Let us face it; in many cases, our commercial competitors' main mission is not news and information.

**Senator Eyton:** You talked about history and what you are doing now. What is it that you cannot do now because of the budget constraints that would you like to do? What is your top priority that is missing at the moment?

**Mr. Burman:** The two items that were referred to earlier is that the cuts in the past 10 years have seriously diminished our ability to cover the regional realities of this country to the extent that we want to and that Canadians expect of us. Equal to that — and our audience study reinforces this that you will see — there is an expectation on the part of Canadians that Canada should have a far greater role and presence abroad than we have. I have always felt that and I feel that is even more necessary now. I would argue that that requires an expansion to our international reporting, well beyond what have done to date.

To refer to Senator Graham's earlier comment about our coverage versus the American or British coverage, I know what it costs. The four major American networks — I cannot speak for Fox — had budgets of more than 10 times our budget, as did the BBC. All of those networks are seen in the same living rooms as the CBC, Radio-Canada, Newsworld and RDI. We are competing against them. If I can speak from a self-serving perspective of news and information, we feel that, as strong as we have done abroad, we could do much more.

mission, et du fait qu'ils ont certaines attentes vis-à-vis de nous. Ce sont des éléments que nous nous efforçons de quantifier. Nous voulons que tout soit mesurable dans la mesure du possible, mais il n'est pas nécessairement possible de quantifier ces éléments en termes d'avantages pour les actionnaires, comme le ferait une chaîne privée.

Le dernier point que je voulais soulever concernant les difficultés de comparaison est que l'engagement de CBC/Radio-Canada à l'égard des informations et des actualités est vraiment au cœur de la mission de la SRC, telle qu'elle la conçoit. Par exemple, notre volonté d'assurer la couverture appropriée de la guerre en Iraq pour que cette dernière corresponde aux attentes des Canadiens, et notre conviction que nous aurions les ressources requises pour le faire sont des caractéristiques qu'on ne pourrait jamais retrouver chez un organisme privé pour qui la guerre en Iraq est tout simplement un sujet d'actualité qui l'empêche de remplir sa principale mission.

Soyons honnêtes; dans bien des cas, la mission principale de nos concurrents du secteur privé n'est pas de diffuser des émissions nouvelles et d'actualités.

**Le sénateur Eyton:** Vous avez parlé de ce qui s'est fait par le passé et de vos activités actuelles. Quelles activités vous sont maintenant interdites en raison de vos contraintes budgétaires? Quelle est la grande priorité à laquelle vous ne pouvez donner suite pour le moment?

**M. Burman:** Les deux éléments mentionnés tout à l'heure concernaient le fait que les compressions budgétaires des 10 dernières années ont gravement compromis notre capacité d'assurer une couverture de l'actualité régionale au Canada qui correspond aux désirs et aux attentes de la population canadienne. De même — et le sondage que nous avons mené auprès de nos auditeurs et téléspectateurs fait ressortir ce fait — les Canadiens s'attendent à ce que le Canada assure un bien plus grande présence à l'étranger et y joue un rôle plus important que ce n'est le cas actuellement. J'ai toujours pensé, et je suis encore de cet avis, que c'est encore plus nécessaire de nos jours. Je suis d'ailleurs d'avis que cela supposerait l'élargissement de nos activités internationales pour qu'elles prennent une ampleur qu'elles n'ont pas connue jusqu'à présent.

Par rapport à ce que disait le sénateur Graham sur notre couverture par opposition à celle des États-Unis ou de la Grande-Bretagne, je sais ce que ça coûte. Les quatre grandes chaînes américaines — je ne peux pas vous parler de Fox — avaient des budgets qui étaient plus de 10 fois plus important que le nôtre, comme c'est le cas aussi de la BBC. Et les personnes qui regardent ces chaînes-là dans leur salon sont les mêmes qui regardent CBC, Radio-Canada, Newsworld et RDI. Nous les concurrençons directement. Si je peux me permettre de défendre nos intérêts en tant qu'organisme assurant un service d'informations et d'actualités, nous estimons qu'aussi forte qu'ait été notre présence à l'étranger jusqu'ici, nous pourrions faire beaucoup plus.



In respect of partnerships and international networks, there is an expectation that CBC and Canada will have a far more prominent role abroad than we have. However, as pointed out by the chair, that costs money.

**The Chairman:** Could we get the numbers for the American networks in comparison to yours?

**Mr. Burman:** I will see what I can get. I am talking about people that I know giving me private numbers.

**Senator Gustafson:** I am talking about the numbers of Canadians listening.

**The Chairman:** We have asked for those figures.

**Senator Eyton:** Do you have multi-year funding for programs or do you take it one year at a time? If you do not have it, would it be helpful?

**Mr. Burman:** I want to reinforce what the Mr. Rabinovitch and Ms. Taylor said earlier. Stable multi-year funding is essential for us. If the corporation does not have it, therefore the individual program divisions — be they news and information or drama — do not have it either. We go into each fiscal year as a division within CBC dependent on what is going on in Ottawa for our budget.

What is becoming incredibly important to us is that, competitively, that places us at a disadvantage. If we had a sense — not only as a corporation, but also as a particular division — of what our budgets would be over a period of years, we could take far more advantage of the fluid competitive situation than we can. Right now, it is much like running a household, until you are certain it will come into your bank account, you will not spend it. We have to be very cautious like that, whereas others do not have to be.

**The Chairman:** I wanted to ask you about the degree to which it may be necessary to change what had been considered some of the verities of journalism. This relates particularly to Mr. Burman. The little taste you gave us of the results of your survey suggested to me that you — and you are not alone in this, goodness knows — have been substantially underestimating your audience. I do not mean in numbers; I mean in intellectual engagement and in their interest in the rest of the world.

I am chronically frustrated, for example, when I watch *The National* that maybe I have to wait 10 minutes before I get any hint of what is happening beyond Canada's borders. I know there must be stuff going on out there.

S'agissant de partenariats et de réseaux internationaux, les Canadiens s'attendent à ce que la SRC et le Canada occupent une place plus importante sur la scène internationale que nous l'avons fait jusqu'ici. Or, comme l'indiquait la présidente, cela coûte cher.

**La présidente:** Pourriez-vous nous faire parvenir les statistiques concernant les chaînes américaines, par rapport aux vôtres?

**M. Burman:** Je vais voir ce que je peux obtenir. Il s'agira pour moi de me mettre en rapport avec des gens que je connais pour qu'ils me donnent des statistiques qui ne sont pas publiques.

**Le sénateur Gustafson:** Je vous parle du nombre de Canadiens qui écoutent vos émissions.

**La présidente:** Nous avons déjà demandé ces chiffres-là.

Le sénateur Eyton: Avez-vous un système de financement pluriannuel pour l'ensemble de vos émissions ou organisez-vous votre financement une année à la fois? Si vous n'avez pas de tel système, pensez-vous que ce serait utile de l'avoir?

M. Burman: Je voudrais insister sur les propos précédents de M. Rabinovitch et Mme Taylor à ce sujet. En ce qui nous concerne, un financement pluriannuel stable est tout à fait essentiel. Si la SRC ne bénéficie pas d'un financement, les différentes divisions qui ont la responsabilité de certaines émissions — que ce soit des nouvelles, des actualités ou des dramatiques — ne l'auront pas non plus. Au début de chaque exercice financier, les différentes divisions au sein de CBC/Radio-Canada sont tributaires des décisions prises à Ottawa en ce qui concerne notre budget.

Ce qui devient de plus en plus important pour nous, du point de vue de notre compétitivité, c'est que cela nous met dans une situation défavorable. Si nous avions une idée — et là je ne parle pas uniquement de la Société dans son ensemble, mais des différentes divisions qui la composent — de ce que nous aurions comme budget pendant plusieurs années, nous pourrions profiter beaucoup plus de la fluidité de la situation concurrentielle actuelle. Pour le moment, nous sommes obligés de faire comme on ferait pour un ménage, c'est-à-dire que tant qu'on n'a pas la certitude que l'argent sera crédité à son compte en banque, on évite d'engager des dépenses. Donc, nous devons être extrêmement prudents, alors que d'autres n'ont pas cette contrainte.

La présidente: Je voulais vous demander dans quelle mesure il sera peut-être nécessaire de modifier certaines de ce qu'on pourrait appeler les hypothèses de base du journalisme. Ma question s'adresse surtout à M. Burman. Les quelques résultats de votre sondage que vous avez communiqués laissent supposer, à mon avis — et vous n'êtes certainement pas les seuls à être concernés par ce problème — que vous sous-estimez votre public de façon importante. Là je ne parle pas de chiffres; je parlais plutôt de votre perception de la curiosité intellectuelle de votre clientèle et de l'intérêt qu'elle porte au reste du monde.

Je trouve extrêmement frustrant, par exemple, que lorsque je regarde *The National*, je dois souvent attendre 10 minutes pour savoir ce qui se passe au-delà des frontières canadiennes, alors que je me doute bien qu'il se passe des choses ailleurs.



Just the other day I heard on the CBC Paul Wells, who is not a CBC journalist, but a very respected journalist, observing that, in Canada, journalists — and I would include myself in past incarnations in this — cover politics wonderfully. We do terrific coverage of politics, like hockey — who is winning, who is up, who is down, who is dead, who is resurrected and who is behind.

What we do not cover is government. We really do not cover what is actually being done by the = people we elect, once we elect them. Perhaps that is what your survey is getting at when you say Canadians want things such as politics, perhaps, covered in a different way. It has been an article of faith. There have been many articles of faith in journalism. With shifting audience patterns and globalization, are you doing sufficient rethinking of what you are giving the people, as well as how you are giving it to them?

**Mr. Burman:** In a word, the answer is yes. I am glad you mention that. When you receive our report, you will see that much of it deals with those two aspects. Canadians' expectations are changing in terms of what they need. People are self-serving; they want information that is related to their lives and instinctively they know that what happens around the world affects them, but they are not happy with how the news media relays that because often the news media conveys it as a very remote story.

In fairness to the CBC/Radio-Canada, I would also gently argue that we have been conscious of that for a long time and, through a multitude of programs, we try to deal with that. We have had resources issues that we all know about it. To the extent that the survey encourages us down that road, I think that is a great thing. I spent most of the early 1980s and 1990s abroad, in Africa, Middle East, in Latin America and most of the people who run CBC news and information now have had incredible experience abroad.

In respect of the issue of politics, I saw that interview with Paul Wells on the media program, and I think he made an interesting observation. In fairness to CBC/Radio-Canada, with shows such as the politics show with Don Newman and the many other shows we do, the fact is that we do spend a lot of time on politics.

The survey indicates that there is far greater interest in the political process on the part of a lot of people than they get from the totality of the media. To the extent we can reshape, refine, or expand our programs — particularly given the fact we are on the

L'autre jour, j'écoutais sur CBC les observations de Paul Wells, un journaliste qui est très respecté mais ne travaille pas pour la SRC, et il disait que les journalistes canadiens — et je dirais qu'il en allait de même pour moi quand je pratiquais ce métier précédemment — font un excellent travail pour ce qui est de couvrir la politique canadienne. Nous nous débrouillons très bien quand il s'agit de parler de politique, un peu comme pour le hockey — qui gagne, qui est mal vu ou bien vu, qui est fini ou redevient populaire, et qui est derrière.

Ce que nous ne couvrons pas, c'est ce qui se passe au gouvernement. Nous ne parlons pas vraiment de ce qui est fait par les gens qu'on élit, une fois qu'ils ont été élus. Voilà peut-être l'une des conclusions qu'on peut tirer de votre sondage, puisque vous dites que les Canadiens voudraient que la politique, entre autres, soit traitée différemment par les médias. Cela a toujours été un article de foi. D'ailleurs il y en a eu beaucoup en journalisme mais vu la transformation de vos auditoires et l'effet de la mondialisation, êtes-vous convaincus de réfléchir suffisamment au contenu que vous offrez à votre public, de même que la façon de traiter ce contenu?

**M. Burman:** En un mot, oui. Je suis bien content que vous souleviez cette question. Quand vous recevrez notre rapport, vous verrez qu'il porte surtout sur ces deux éléments. Les attentes des Canadiens évoluent par rapport à leurs besoins. Les gens pensent en général à leurs propres intérêts; ils veulent recevoir de l'information qui les interpellent dans leur vie de tous les jours et même s'ils comprennent instinctivement que les actualités mondiales influent sur eux, ils ne sont pas très contents de la façon dont les médias communiquent cette information parce qu'à leur avis, ces derniers présentent souvent ces actualités comme étant quelque chose d'assez éloigné de leur expérience.

Mais, à la décharge de CBC/Radio-Canada, je dois dire, sans vouloir vous contredire, que nous sommes conscients de cette réalité depuis longtemps et que nous essayons d'agir là-dessus par l'entremise d'une multitude de programmes. Nous nous sommes heurtés au problème de ressources que nous connaissons tous. Dans la mesure où ce sondage nous encourage à réfléchir à l'avenir, ce sera une très bonne chose. J'ai passé la majeure partie des années 80 et 90 à l'étranger — en Afrique, au Moyen-Orient, et en Amérique latine, et la plupart des gens qui dirigent les services de nouvelles et d'actualités actuels chez CBC ont une vaste expérience de la pratique du journalisme à l'étranger.

En ce qui concerne la politique, j'ai vu cette interview avec Paul Wells à l'émission sur les médias, et je pense qu'il a fait une observation intéressante. À la décharge de CBC/Radio-Canada, grâce à des émissions comme *Politics* animé par Don Newman et de nombreuses autres émissions que nous produisons, nous consacrons effectivement beaucoup de temps d'antenne aux questions entourant la politique.

Les résultats du sondage indiquent que l'intérêt que portent beaucoup de gens au processus politique est loin d'être satisfait par l'information qui leur est communiquée par l'ensemble des médias. Donc, dans la mesure où nous pourrions réorienter,

brink of an incredibly important and kind of new political era — I think we will take that.

My answer would be somewhat qualified: Yes, the study will be a catalyst to get us going, but we will be heading in the direction we have been heading for several years with the clear barrier being the limits to our budgets and resources.

[Translation]

**The Chairman:** I did not ask any question of our two Francophone representatives because the problem is less acute in Radio-Canada. I did not have the same feeling of frustration or the same concerns.

[English]

**Senator Merchant:** I understand the constraints that you are under. I am sympathetic; I am not trying to be contrary. However, I do know that people feel strongly about the CBC.

When you talk about the budget cuts then people say that everyone has had cuts in the last 10 years. That is what it was all about. We had a deficit. Canadians wanted us to get rid of the deficit.

I think the optics matter. I am not saying this is not the right thing to do. Sometimes when you go to a news conference, you will see many people from the CBC, because you have got all the different arms. The local television station might just have one person, sometimes he operates the camera and you have people there. You might have three or four from CBC television; you might have somebody from radio and from Radio-Canada. There is an optic. People that do not really analyze it only notice that there are many people there from the CBC and only one person from the other station. You suffer from that optical illusion.

**The Chairman:** Thank you.

[Translation]

This has been a very interesting meeting. I want to express our sincere thanks to all the witnesses.

[English]

The committee adjourned.

améliorer ou élargir nos émissions — surtout que nous sommes à la veille d'une nouvelle ère politique extrêmement importante — nous le ferons.

Je vais donc vous faire une réponse un peu nuancée: oui, cette étude agira comme catalyseur pour nous faire progresser, mais nous continuerons de suivre la même orientation que depuis plusieurs années, le seul obstacle étant les limites de nos budgets et de nos ressources.

[Français]

**La présidente:** Je n'ai pas posé la question aux deux représentants francophones parce que le problème est moins aigu à l'antenne de Radio-Canada. Je n'ai pas eu le même sentiment de frustration ou d'inquiétude.

[Traduction]

**Le sénateur Merchant:** Je comprends que vous faites l'objet de contraintes. Je ne cherche pas à être contrariante. Mais je sais que ce que fait CBC/Radio-Canada suscite de vives émotions chez certains Canadiens.

Vous parlez de compressions budgétaires, mais les gens nous disent que tout le monde a fait l'objet de compressions les 10 dernières années. C'était bien ça l'idée. Nous avions un déficit. Les Canadiens voulaient qu'on élimine ce déficit.

Pour moi, les perceptions sont importantes. Je ne vous dis pas que vous avez tort de faire ce que vous faites. Parfois quand on assiste à une conférence de presse, on voit beaucoup de journalistes de CBC, parce que vous avez toutes ces différentes divisions. La station de télévision locale peut avoir envoyé une seule personne, souvent juste un cameraman et il y aura d'autres journalistes sur place. Il peut y avoir trois ou quatre journalistes de la télévision de CBC; et peut-être aussi des journalistes qui travaillent à la radio ou pour Radio-Canada. Voilà qui donne lieu à certaines perceptions. Les gens n'analysent pas la situation; ils constatent simplement qu'il y a beaucoup de journalistes de CBC sur place, et seulement une personne de l'autre station. Donc vous êtes les victimes des fausses perceptions qui peuvent exister.

**La présidente:** Merci.

[Français]

Cette séance était vraiment très intéressante. Nous remercions sincèrement nos témoins.

[Traduction]

La séance est levée.









*If undelivered, return COVER ONLY to:*  
Communication Canada – Publishing  
Ottawa, Ontario K1A 0S9

*En cas de non-livraison,  
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:*  
Communication Canada – Édition  
Ottawa (Ontario) K1A 0S9

#### WITNESSES

**Tuesday, October 21, 2003:**

*As an individual:*

Armande Saint-Jean, Professor, Department of Literature and Communications, University of Sherbrooke.

**Thursday, October 23, 2003:**

*From the Canadian Broadcasting Corporation:*

Carole Taylor, Chair, Board of Directors;

Robert Rabinovitch, President and Chief Executive Officer;

Tony Burman, Editor in Chief, CBC News, Current Affairs and Newsworld, CBC Radio, TV and cbc.ca;

Claude Saint-Laurent, Special Advisor to the President and Chair, Journalistic Standards and Practices;

Alain Saulnier, General Director of Information, French Radio.

#### TÉMOINS

**Le mardi 21 octobre 2003:**

*À titre personnel:*

Armande Saint-Jean, professeure, Département de lettres et de communications, Université de Sherbrooke.

**Le jeudi 23 octobre 2003:**

*De la Société Radio-Canada:*

Carole Taylor, présidente, Conseil d'administration;

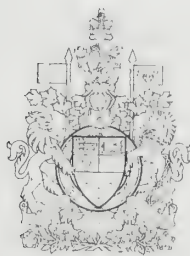
Robert Rabinovitch, président-directeur général;

Tony Burman, rédacteur en chef, CBC News, Current Affairs et Newsworld, CBC Radio, TV et cbc.ca;

Claude Saint-Laurent, conseiller spécial auprès du président-directeur général, et président du Comité des normes et pratiques journalistiques;

Alain Saulnier, directeur général de l'information radio.





Second Session  
Thirty-seventh Parliament, 2002-03

## SENATE OF CANADA

*Proceedings of the Standing  
Senate Committee on*

# Transport and Communications

*Chair:*  
The Honourable JOAN FRASER

Tuesday, October 28, 2003  
Thursday, October 30, 2003

Issue No. 16

**Twenty-second and twenty-third meetings on:**  
The current state of Canadian media industries

WITNESSES:  
(See back cover)

Deuxième session de la  
trente-septième législature, 2002-2003

## SÉNAT DU CANADA

*Délibérations du Comité  
sénatorial permanent des*

# Transports et des communications

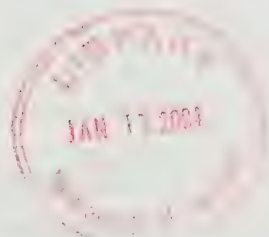
*Présidente:*  
L'honorable JOAN FRASER

Le mardi 28 octobre 2003  
Le jeudi 30 octobre 2003

Fascicule n°16

**Vingt-deuxième et vingt-troisième réunions concernant:**  
L'état actuel des industries de médias canadiennes

TÉMOINS:  
(Voir à l'endos)





THE STANDING SENATE COMMITTEE  
ON TRANSPORT AND COMMUNICATIONS

The Honourable Joan Fraser, *Chair*

The Honourable Leonard J. Gustafson, *Deputy Chair*  
and

The Honourable Senators:

Adams	Johnson
* Carstairs, P.C.	LaPierre
(or Robichaud, P.C.)	* Lynch-Staunton
Corbin	(or Kinsella)
Day	Merchant
Eyton	Phalen
Graham, P.C.	Spivak

*\*Ex Officio Members*

(Quorum 4)

*Changes in membership of the committee:*

Pursuant to rule 85(4), membership of the committee was amended as follows:

The name of the Honourable Senator Tkachuk substituted for that of the Honourable Senator Gustafson (*October 27, 2003*).

The name of the Honourable Senator Gustafson substituted for that of the Honourable Senator Tkachuk (*October 29, 2003*).

LE COMITÉ SÉNATORIAL PERMANENT  
DES TRANSPORTS ET DES COMMUNICATIONS

*Présidente:* L'honorable Joan Fraser

*Vice-président:* L'honorable Leonard J. Gustafson  
et

Les honorables sénateurs:

Adams	Johnson
* Carstairs, c.p.	LaPierre
(ou Robichaud, c.p.)	* Lynch-Staunton
Corbin	(ou Kinsella)
Day	Merchant
Eyton	Phalen
Graham, c.p.	Spivak

*\* Membres d'office*

(Quorum 4)

*Modifications de la composition du comité:*

Conformément à l'article 85(4) du Règlement, la liste des membres du comité est modifiée, ainsi qu'il suit:

Le nom de l'honorable sénateur Tkachuk est substitué à celui de l'honorable sénateur Gustafson (*le 27 octobre 2003*).

Le nom de l'honorable sénateur Gustafson est substitué à celui de l'honorable sénateur Tkachuk (*le 29 octobre 2003*).

**MINUTES OF PROCEEDINGS**

OTTAWA, Tuesday, October 28, 2003  
(35)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 9:37 a.m., in room 505, Victoria Building, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

*Members of the committee present:* The Honourable Senators Adams, Corbin, Eyton, Fraser, Graham, P.C., Johnson, LaPierre, Merchant and Tkachuk (9).

*In attendance:* Terrence Thomas, Research Officer, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament.

*Also in attendance:* The official reporters of the Senate.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Wednesday, March 19, 2003, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (*For complete text of Order of Reference, see proceedings of the Committee, Issue No. 6, dated March 20, 2003.*)

**WITNESS:**

*From Quebecor Inc.:*

Mr. Luc Lavoie, Executive Vice-President, Corporate Affairs.

Mr. Lavoie made a presentation and answered questions.

At 11:11 a.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

**ATTEST:**

---

OTTAWA, Thursday, October 30, 2003  
(36)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 10:56 a.m., in room 160-S, Centre Block, the honourable Eymard G. Corbin, Acting Chair, presiding.

*Members of the committee present:* The Honourable Senators Adams, Corbin, Day, Graham, P.C., Gustafson, Johnson, Merchant and Spivak (8).

*In attendance:* Terrence Thomas and Joseph Jackson, Research Officers, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament.

*Also in attendance:* The official reporters of the Senate.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Wednesday, March 19, 2003, the committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (*For complete text of Order of Reference, see proceedings of the Committee, Issue No. 6, dated March 20, 2003.*)

**PROCÈS-VERBAUX**

OTTAWA, le mardi 28 octobre 2003  
(35)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 9 h 37, dans la pièce 505 de l'édifice Victoria, sous la présidence l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

*Membres du comité présents:* Les honorables sénateurs Adams, Corbin, Eyton, Fraser, Graham, c.p., Johnson, LaPierre, Merchant et Tkachuk (9).

*Également présent:* Terrence Thomas, attaché de recherche, Direction de la recherche parlementaire, Bibliothèque du Parlement.

*Aussi présents:* Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mercredi 19 mars 2003, le comité poursuit son étude sur l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*L'ordre de renvoi figure dans le fascicule n° 6 du comité, daté du 20 mars 2003.*)

**TÉMOIN:**

*De Quebecor inc.:*

M. Luc Lavoie, vice-président exécutif, Affaires corporatives.

M. Lavoie fait une déclaration et répond aux questions.

À 11 h 11, le comité suspend ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

**ATTESTÉ:**

---

OTTAWA, le jeudi 30 octobre 2003  
(36)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 10 h 56, dans la pièce 160-S de l'édifice du Centre, sous la présidence l'honorable Eymard G. Corbin (*président intérimaire*).

*Membres du comité présents:* Les honorables sénateurs Adams, Corbin, Day, Graham, c.p., Gustafson, Johnson, Merchant et Spivak (8).

*Également présents:* Terrence Thomas et Joseph Jackson, attachés de recherche, Direction de la recherche parlementaire, Bibliothèque du Parlement.

*Aussi présents:* Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mercredi 19 mars 2003, le comité poursuit son étude sur l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*L'ordre de renvoi figure dans le fascicule n° 6 du 20 mars 2003.*)

*WITNESS:**From Transcontinental Media Inc.:*

Mr. André Préfontaine, President.

The Clerk of the Committee advised the committee of the unavoidable absence of the Chair and presided over the election of an Acting Chair.

The Honourable Senator Graham, P.C., moved that the Honourable Eymard G. Corbin do take the Chair as Acting Chair for this meeting.

The question being put on the motion, it was adopted.

The Acting Chair took the Chair.

Mr. Préfontaine made a statement and answered questions.

At 11:34 a.m., the Honourable Senator Day took the Chair.

Questions continued.

At 11:38 a.m., the Acting Chair resumed the Chair.

Questions continued.

At 12:37 p.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

*ATTEST:*

*TÉMOIN:**De Médias Transcontinental inc.:*

M. André Préfontaine, président.

Le greffier du comité informe les membres de l'absence inévitable du président, et préside à l'élection d'un président intérimaire.

L'honorable sénateur Graham, c.p., propose que l'honorable Eymard G. Corbin assure la présidence du comité pendant la réunion.

La question, mise aux voix, est adoptée.

Le président intérimaire occupe le fauteuil.

M. Préfontaine fait une déclaration et répond aux questions.

À 11 h 34, l'honorable sénateur Day occupe le fauteuil.

Le témoin continue de répondre aux questions.

À 11 h 38, le président intérimaire occupe le fauteuil.

Le témoin continue de répondre aux questions.

À 12 h 37, le comité suspend ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

*ATTESTÉ:*

*Le greffier du comité,*

Till Heyde

*Clerk of the Committee*



## EVIDENCE

OTTAWA, Wednesday, October 28, 2003

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 9:30 a.m. to examine the current state of Canadian media industries; emerging trends and developments in these industries; the media's role, rights, and responsibilities in Canadian society; and current and appropriate future policies relating thereto.

**Senator Joan Fraser** (*Chairman*) in the Chair.

[*English*]

**The Chairman:** Welcome to senators, to members of the public, and to our witnesses. This meeting of the Standing Senate Committee on Transport and Communications is being held to continue our examination of the state of the Canadian news media and of the appropriate role of public policy in helping to ensure that the news media remain healthy, independent and diverse in light of the tremendous changes that have occurred in the recent years, notably globalization, technological change, convergence and increased concentration of ownership.

[*Translation*]

Today, we welcome Mr. Luc Lavoie, who is appearing on behalf of Quebecor, where he is the Executive Vice-President for Corporate Affairs. His long experience in the public and private sectors, as well as within the media, are described in the biographical notes he gave us.

Many senators will not need to read these biographical notes, because Mr. Lavoie spent many years on the Hill and he is very well known around these parts. It is a pleasure to have you with us today.

**Mr. Luc Lavoie, Executive Vice-President for Corporate Affairs, Quebecor Inc.:** It is a pleasure for me to be with you today. I started out by working in this building. I was in Ottawa for 21 years and it is always a pleasure to come back.

[*English*]

I see good friends such Senator Graham around the table, and others. Thank you for welcoming me.

[*Translation*]

Since its creation 53 years ago, the small company which owned a neighbourhood weekly in the Montreal area has become one of the only Canadian multinationals with operations in over 20 countries throughout the world, with over 50,000 employees and earnings exceeding \$12 billion a year. This phenomenal growth is based on a logical approach the company never deviated from, namely vertical integration.

## TÉMOIGNAGES

OTTAWA, le mardi 28 octobre 2003

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 9 h 30 pour examiner l'état actuel des industries de médias canadiennes; les tendances et les développements émergents au sein de ces industries; le rôle, les droits, et les obligations des médias dans la société canadienne; et les politiques actuelles et futures appropriées par rapport à ces industries.

**Le sénateur Joan Fraser** (*présidente*) occupe le fauteuil.

[*Traduction*]

**La présidente:** Je souhaite la bienvenue aux sénateurs, au public ainsi qu'à nos témoins. Au cours de cette séance du Comité sénatorial permanent des transports et des communications nous allons poursuivre notre examen du rôle de l'état actuel des médias d'information canadiens et du rôle que l'État devrait jouer pour aider nos médias d'actualités à demeurer vigoureux, indépendants et diversifiés, dans le contexte des bouleversements qui ont touché ce domaine au cours des dernières années — notamment la mondialisation, les changements technologiques, la convergence et la concentration accrue de la propriété.

[*Français*]

Aujourd'hui, nous accueillons M. Luc Lavoie qui comparaît au nom de Quebecor où il est vice-président exécutif des affaires corporatives. Ses longues expériences dans les secteurs publics et privés ainsi qu'aux médias sont décrites dans les notes biographiques qu'ils nous a fournies.

Beaucoup de sénateurs n'ont pas besoin des notes biographiques dans le cas de M. Lavoie parce qu'il a passé de longues années sur la Colline et il est très connu. Il nous fait plaisir de vous accueillir.

**M. Luc Lavoie, vice-président exécutif, Affaires corporatives, Quebecor inc.:** C'est un plaisir pour moi de me retrouver parmi vous. C'est dans cet immeuble où j'ai fait mon premier pas. J'ai travaillé 21 ans à Ottawa et c'est toujours un plaisir d'y revenir.

[*Traduction*]

Je reconnais de bons amis comme le sénateur Graham autour de cette table. Merci de m'accueillir.

[*Français*]

Depuis sa création, il y a maintenant 53 ans, la petite compagnie qui possédait un hebdo de quartier dans la région de Montréal est devenue une des seules multinationales canadiennes active dans plus de 20 pays au monde, avec plus de 50 000 employés et des revenus qui dépassent maintenant 12 millions de dollars annuellement. Cette croissance phénoménale s'explique par une approche logique à laquelle la compagnie n'a jamais déviée; l'intégration verticale.

The small neighbourhood weekly gave birth to many other weeklies and it was not long before Quebecor became specialized in so-called entertainment weeklies. As a result, it gave a voice and provided an outlet for a new phenomenon, which is taken for granted today, namely Quebec's famous "Star System."

After the war, Quebecers were exposed to the same culture as other Canadians, with a few exceptions. Their entertainment consisted in listening to Frank Sinatra, Bing Crosby and Vera Lynn, to name but a few.

They saw movies starring Cary Grant, Clark Gable, Grace Kelly and Esther Williams. As I mentioned, there were exceptions, but they were rare.

Towards the end of the 1950s, home-grown Québécois stars began to emerge. I was recently watching an episode on TVA of the magnificent series *Musilographie*, about the Michel Louvain phenomenon. It was fascinating to watch Quebecers discover, at the time, how one of their own could also be a successful singer. I am not sure it would be historically accurate to say that the Michel Louvain phenomenon was the starting point of Quebec's star system, but I think that it is fair to say that this reality really began to take root at the beginning of the 1960s, with the development of State television and the private television station which was Télé-Métropole — let us not name names — which we are proud to say is now one of our enterprises.

Pierre Péladeau, the brilliant entrepreneur who founded Quebecor, realized that this phenomenon was not temporary and that fans of Quebec pop culture were no different from American fans in that they wanted to know more about their celebrities. That is why Mr. Péladeau created the many entertainment weeklies which have served as a launching pad for many Quebec artists. Take Pierre Lalonde, Donald Lautrec, Michèle Richard, Renée Claude and so many others. They marked our youth with their unforgettable songs, which were written by authors such as Stéphane Venne, whom Quebecor is proud to have helped make a comeback in 2003. His comeback is even more successful than the first part of his career, when, 33 years ago, he wrote a song called *Et c'est pas fini*, which won a Félix for song of the year at the ADISQ Gala which was broadcast two days ago on Radio-Canada. People were touched and excited when Stéphane Venne came up to the microphone and spoke about his artistic resurrection.

The entertainment weeklies needed a reliable printer and Pierre Péladeau was the person who firmly believed that "the only person you can count on is yourself." He gradually got into the printing business. Then he launched a new daily, *Le Journal de Montréal*, a tabloid which targeted the same demographic group. As a result, his printing needs increased considerably and his printing operations grew quickly. Today, that printing operation is called Quebecor World and it is the largest commercial printer in the world. The company prints the products of Quebecor, its dailies, its weeklies, its magazines, and books by Quebec authors printed by the company's publishers, but it also prints magazines like *Time*, *Paris Match*, as well as the multilingual IKEA

Le petit hebdo de quartier a donné naissance à de nombreux autres hebdos et, rapidement, Quebecor s'est spécialisé dans les hebdos dits artistiques. Ce faisant elle a donné une voie et un véhicule à un nouveau phénomène que l'on tient aujourd'hui pour acquis le fameux «Star System» québécois.

Après la guerre les Québécois consommaient, à quelques exceptions près, la même culture que les autres Canadiens. Ils se divertissaient en écoutant Frank Sinatra, Bing Crosby et Vera Lynn pour ne nommer que ceux-là.

Ils allaient au cinéma voir des films mettant en vedette Cary Grant, Clark Gable, Grace Kelly et Esther Williams. Comme je le mentionnais, il y avait des exceptions mais elles étaient rares.

À partir de la fin des années 50, des vedettes typiquement québécoises ont commencé à faire leur apparition. Je regardais récemment, sur les ondes de TVA, un épisode de la magnifique série *Musilographie*, consacrée au phénomène Michel Louvain. C'était fascinant de voir les Québécois découvrir à cette époque que les leurs pouvaient aussi être des chanteurs de charme. Je ne sais pas s'il serait historiquement exact de dire que le phénomène Michel Louvain a été le point de départ du Star System québécois, mais je crois que l'on peut dire sans se tromper, que cette réalité a commencé à véritablement prendre racine au début des années 60, avec l'essor de la télévision d'État et l'arrivée de la télévision privée, Télé-Métropole, pour ne pas la nommer, que nous sommes fiers de compter maintenant parmi nos filiales.

Pierre Péladeau, cet entrepreneur de génie qui a fondé Quebecor, a compris que ce phénomène n'était pas passager et que les fans de la culture populaire québécoise ne seraient pas différents de leurs voisins du Sud et qu'ils voudraient en savoir davantage sur leurs vedettes. C'est ainsi qu'il a créé tous ces hebdos artistiques qui ont servi de courroie de transmission à tant d'artistes québécois. Que l'on pense à Pierre Lalonde, Donald Lautrec, Michèle Richard, Renée Claude et tant d'autres, qui ont bercé notre jeunesse de leurs inoubliables mélodies, écrites par des auteurs comme Stéphane Venne, que Quebecor est fier d'avoir ramené à l'avant-scène en 2003 en donnant une seconde vie, considérablement plus flamboyante que la première, à la magnifique chanson qu'il a écrite il y a 33 ans *Et c'est pas fini*, laquelle a récolté le Félix de la chanson de l'année lors du Gala de L'ADISQ diffusé avant-hier sur les ondes de Radio-Canada. Il y avait de l'émotion dans l'air quand Stéphane Venne s'est avancé au micro pour parler de sa résurrection artistique.

Ces hebdos artistiques avaient besoin d'un imprimeur fiable et Pierre Péladeau était de ceux qui croyait fermement dans le vieux dicton populaire qui veut que «on est jamais si bien servi que par soi-même». Il s'est graduellement lancé dans l'imprimerie. Puis ce fut le lancement d'un nouveau quotidien, *Le Journal de Montréal*, un tabloïd qui s'adressait au même public cible. Du coup, ses besoins en imprimerie ont considérablement augmenté et sa filiale imprimerie a connu une croissance rapide. Cette filiale imprimerie s'appelle aujourd'hui Quebecor World et elle est le premier imprimeur commercial au monde. Elle imprime les propriétés de Quebecor, ses quotidiens, ses hebdos, ses magazines, les livres des auteurs québécois publiés par ses maisons d'édition, mais



catalogue, the telephone book of the world's most populous city, Mexico City, and one of the most popular books in decades, *Harry Potter*, to name only those.

All these weeklies, dailies and magazines needed a distributor, and thus Les Messageries Dynamiques was born. The printers needed paper and Quebecor entered the paper business by turning Donohue into the most efficient pulp and paper company in the world, before selling it to Abitibi Consolidated for the benefit of thousands of investors who believed in the undertaking.

In the 1980s, when the cable distribution industry was in full expansion, Mr. Péladeau seriously thought about investing in this area, but it was only after his death that Quebecor, under the guidance of his successor, Mr. Pierre Karl Péladeau, who stayed true to the company's growth and development logic, took advantage of the fact that another family of entrepreneurs from Quebec decided to sell Quebec's biggest, and Canada's third biggest, cable company to bring that project to fruition. Less than a year before his death, the company that Pierre Péladeau founded bought the third biggest mainstream television network in Quebec, Télévision Quatre Saisons. The acquisition was also in line with the growth and development logic which had guided him from the very beginning, an approach which at the time was called vertical integration. By the way, I want to point out that at the time of its acquisition, Télévision Quatre Saisons had a ridiculously small market share, had never generated a profit and was on the verge of bankruptcy. When Quebecor sold the network four years later, TQS — the Black sheep of television — as it had been renamed by Quebecor, had nearly doubled its market share. It was on the threshold of profitability and had added to the diversity of its editorial voices by turning its evening newscast into a must-see program for viewers.

During the stock market euphoria at the end of the 1990s, a new buzz word appeared in the financial and media jargon, namely convergence. This concept, which was rather vague, was supposedly a silver bullet. Convergence would marry content and distribution and lead to unlimited prosperity to anyone with the courage to blindly embrace it. However, convergence proved to be the death of a large French conglomerate, which was over 200 years old and specialized in the management of waterworks. Our big Canadian telephone monopoly invested billions of dollars, moneys generated because of its dominance of Canada's telecommunications sector, into convergence, and many other companies embraced the concept to a greater or lesser degree, with varying results.

For Quebecor, convergence was a natural fit: the approach it had adopted since its foundation, vertical integration, had metamorphosed into convergence. This did not prevent Quebecor from ploughing ahead. In 1998, the company bought Sun Média. The marriage of Quebecor's newspapers with those of the newly acquired chain made Quebecor the second largest newspaper publisher in Canada.

également le magazine *Time*, le *Paris Match*, le catalogue multilingue de IKÉA, l'annuaire téléphonique de la plus peuplée ville du monde, Mexico, le plus grand succès de librairie des dernières décennies, *Harry Potter*, et cetera.

Ces hebdomadaires, ces quotidiens, ces magazines avaient besoin d'un distributeur. Les Messageries Dynamiques sont nées. Ces imprimeries avaient besoin de papier et Quebecor s'est lancée dans la production de papier en faisant de Donohue la plus efficace des entreprises de pâtes et papiers au monde, avant de la revendre à Abitibi Consolidated pour le plus grand bénéfice des milliers d'épargnants qui ont crû dans notre entreprise en y investissant.

Dans les années 80, alors que l'industrie de la câblodistribution était en pleine expansion, M. Péladeau avait sérieusement songé à y investir et ce n'est qu'après son décès que Quebecor, sous la gouverne de son successeur, M. Pierre Karl Péladeau, et respectant en cela la logique de développement et de croissance de l'entreprise, a profité du fait qu'une autre famille d'entrepreneurs québécois avait décidé de se départir du premier câblodistributeur au Québec et troisième au Canada, pour réaliser ce projet. Moins d'un an avant son décès, l'entreprise de Pierre Péladeau s'était portée acquéreur du troisième réseau de télévision généraliste du Québec, Télévision Quatre Saisons, poursuivant en cela la même logique de développement et de croissance qui l'avait guidé depuis le début et que l'on appelait à l'époque, l'intégration verticale. En passant, je veux souligner qu'au moment de son acquisition, Télévision Quatre Saisons, avait une part de marché ridiculement basse, n'avait jamais généré de profit et en était au dépôt de bilan. Lorsque Quebecor s'en est départie quatre ans plus tard, ce réseau, rebaptisé par Quebecor, TQS, — Le mouton noir de la télévision —, avait presque doublé ses parts de marché. Il était au seuil de la rentabilité et il avait ajouté à la diversité des voix éditoriales en faisant de son bulletin de nouvelles de fin de journée, un incontournable de l'information.

Pendant l'euphorie boursière de la fin des années 90, un nouveau «buzz word» a fait son apparition dans le jargon des financiers et des médias, la convergence. Ce concept, finalement assez flou, devait être la panacée. Il devait marier contenant et contenu et permettre une prospérité sans fin à ceux qui avaient eu le courage de s'y lancer aveuglément. Un grand groupe français multicentenaire, spécialisé dans la gestion des aqueducs, s'y est cassé les dents. Notre grand monopole canadien de la téléphonie y a investi des milliards, générés par sa mainmise sur les télécommunications canadiennes et toutes sortes d'autres groupes s'y sont lancés à diverses échelles avec des degrés de succès ou d'échecs variables.

Quebecor a bien su s'y faire: ce qu'elle avait appelé depuis sa fondation, l'intégration verticale, était devenu la convergence. Cela ne l'a pas empêché de poursuivre sa route. En 1998, elle se portait acquéreur de Sun Média. Le mariage des journaux de Quebecor avec ceux de cette chaîne nouvellement acquise, faisait de nous le deuxième plus grand éditeur de journaux au Canada.



In 1999, Québecor bought World Color Press, an American printer, and so became the world's biggest commercial printer.

In 2000, Québecor bought the Groupe Vidéotron. Its assets now included a major cable company, the biggest francophone television network in America, an Internet company, another business and telecommunications company, and several major magazines.

In keeping with its cycle of growth, Québecor then entered a consolidation phase, which unfortunately coincided with the stock market crash, thus rendering this particular phase more painful than we would have hoped. Nevertheless, the experience gained over five decades of growth through acquisition enabled Québecor to weather this period of "bad winds" — to quote Stéphane Venne's magnificent expression, which the composer probably borrowed from Verlaine — better than most of its competitors.

Today, Québecor's two pillars are Québecor World and Québecor Média. This two-headed structure provides investors with more stability, as evidenced by the past few years. During the time we were strategically reorganizing and repositioning the companies acquired under the Vidéotron transaction, Québecor World was still growing and generating exceptional profits. But now that Québecor World is going through a more difficult period, which is due to an economic slowdown and to the slow turnaround of the American economy, Québecor Média has reached its cruising speed.

But let us now address the subject which your committee is interested in and which I would refer to as Québecor Média's way of managing information. We have never tried or even wanted to centralize the management of information. The TVA network has an exceptionally competent editorial staff and our viewers seem to agree, since a very large number of Québécois tune in to TVA and LCN each day for their news. TVA's information managers, whose competence is universally recognized, have complete editorial freedom. Newsroom reporters have only one obligation, which is to maintain the highest degree of professionalism while respecting the most rigorous rules of ethics.

Similarly, *Le Journal de Montréal*, our flagship in Quebec, and the most daily widely read by francophones in Canada, has a newsroom which is the pride of Québecor. Over the last several weeks, a focused journalistic investigation has revealed the lies of a ridiculous sect, as well as painted the reality of visible minorities living in a so-called multicultural society. Our columnists, be they Michel C. Auger, Bertrand Raymond or Franco Nuovo, are references within the profession. As is the case with their colleagues at the *Journal de Québec*, the reporters of the *Journal de Montréal* are true professionals who go about their work with the greatest degree of freedom. The same approach applies to all the Sun newspapers.

En 1999, elle faisait l'acquisition de l'entreprise américaine World Color Press, ce qui lui permettait de devenir le numéro 1 mondial dans l'imprimerie commerciale.

En 2000, elle se portait acquéreur de Groupe Vidéotron, ajoutant à son portefeuille d'actifs, un grand câblodistributeur, le plus important réseau privé de télévision francophone en Amérique, une société Internet, une autre de télécommunication d'affaires et quelques magazines à fort tirage.

Conformément à son cycle de croissance, Québecor est alors entrée dans une phase de consolidation, laquelle a malheureusement coïncidé avec l'effondrement des marchés boursiers, ce qui a rendu cette phase plus douloureuse que nous l'aurions souhaité. Néanmoins, son expérience acquise au fil de cinq décennies d'existence et de croissance par acquisition, lui a permis de traverser cette période de «vents mauvais» — pour reprendre une magnifique figure de style de Stéphane Venne qui l'avait probablement lui-même emprunté à Verlaine — mieux que la plupart de ses concurrents.

Aujourd'hui, Québecor s'appuie sur deux piliers, Québecor World et Québecor Média. Cette structure bicéphale offre aux investisseurs une meilleure stabilité, que les dernières années ont permis de bien illustrer. Pendant que nous procédions au redressement et au repositionnement stratégique des entreprises acquises dans la transaction Vidéotron, Québecor World poursuivait sur sa lancée et dégageait des marges bénéficiaires exceptionnelles. Maintenant que Québecor World traverse une période plus difficile, attribuable à un ralentissement et à un lent redémarrage de l'économie américaine, Québecor Média a atteint sa vitesse de croisière.

Venons-en maintenant au sujet qui intéresse votre comité et que j'appellerai la gestion de l'information au sein de Québecor Média. Chez nous, il n'y a jamais eu de tentative ou même de désir de gérer l'information de façon centralisée. Le réseau TVA compte sur une équipe éditoriale d'une exceptionnelle qualité et les auditeurs semblent du même avis que nous puisque chaque jour, c'est dans une très grande proportion qu'ils choisissent de s'informer à TVA et à LCN. La direction de l'information de TVA, dont la compétence fait l'unanimité, jouit d'une totale liberté dans ses choix éditoriaux. Les journalistes de sa salle de rédaction n'ont qu'une obligation; le professionnalisme dans le respect des plus rigoureuses règles d'éthique.

De même, *Le Journal de Montréal*, notre navire amiral au Québec, et le quotidien le plus lu par les francophones du pays, s'appuie sur une salle de rédaction qui fait la fierté de Québecor. Au cours des dernières semaines, des enquêtes journalistiques percutantes ont servi à exposer l'imposture d'une secte ridicule et la réalité des minorités visibles dans une société qui se veut multiculturelle. Nos chroniqueurs, que ce soit Michel C. Auger, Bertrand Raymond ou Franco Nuovo, sont des références dans la profession. Tout comme leurs confrères ou consœurs du *Journal de Québec*, les journalistes du *Journal de Montréal* sont de grands professionnels qui exercent leur profession dans la plus totale liberté. La même approche s'applique dans tous les journaux de la chaîne Sun.

When Quebecor acquired TQS in 1997, it promised the CRTC that the newsrooms of its newspapers and its television network would be completely independent from one another. A monitoring committee, accountable to the CRTC, was created to guarantee this independence. When TVA was acquired by Quebecor, the company, of its own volition, told the CRTC that it would apply the same concept of newsroom independence and that it would again have an independent committee monitor its activities. Up to this day, Quebecor has scrupulously respected its commitment in that area. This concept of newsroom independence is unique in Canada and no other so-called "converged" group has applied it.

Quebecor is a company which believes in freedom of expression and freedom of the press, and it gives its journalists all the freedom they need to provide their readers and viewers with a product of exceptional quality.

Not only do the company's directors deeply believe that a democratic society must be founded on a free press, but they realized a long time ago that it is in a company's interest to translate their beliefs into action. It is in the company's interest to follow through on this belief, because a highly decentralized approach allows each entity within the corporation to provide a product of such high quality that most citizens choose to come to us for their information, as the data have eloquently shown. I would now be pleased to answer your questions.

[English]

**Senator Graham:** Mr. Lavoie is an old friend. Welcome back to Parliament Hill.

We are impressed with the holdings and the work that Quebecor generally has done around the world as a business organization headquartered in Canada. You come to us as the as Executive Vice-President of Quebecor Inc. Is that the parent company or the holding company?

**Mr. Lavoie:** It is the holding company.

**Senator Graham:** Of Quebecor World and Quebecor Media?

**Mr. Lavoie:** Exactly, yes.

**Senator Graham:** Our friend, the former Prime Minister Brian Mulroney, is the chair of Quebecor Inc., Quebecor World or all?

**Mr. Lavoie:** The Right Honourable Brian Mulroney is chairman of the board of Quebecor World, the printing arm of Quebecor. He is also a member of the board of Quebecor Inc. and a member of the board of Quebecor Media.

**Senator Graham:** You own the Sun Media chain, which has eight daily newspapers, as I understand it. Do you have any idea of the total circulation of those eight daily newspapers?

**Mr. Lavoie:** I should know the answer to that, but I do not. In Montreal, our circulation is around 300,000 a day on weekdays. In Toronto, the circulation is around 260,000. In Quebec City, it is around 140,000.

Lorsqu'en 1997, Quebecor s'est porté acquéreur de TQS, elle a pris l'engagement, auprès du CRTC, de créer une étanchéité totale entre les salles de rédaction de ses journaux et de son réseau de télévision. Un comité de surveillance, imputable au CRTC, a été créé pour garantir cette indépendance. Lors de l'acquisition de TVA, Quebecor a pris l'initiative de proposer au CRTC d'appliquer le même concept d'étanchéité entre les salles de rédaction et, encore une fois, accepter de soumettre cet engagement à la surveillance d'un comité indépendant. Jusqu'ici, il s'est avéré que Quebecor a scrupuleusement respecté ses engagements à cet égard. Ce concept d'étanchéité des salles de rédaction est unique au Canada et ne s'applique à aucun autre groupe dit de «convergence».

Quebecor est une entreprise qui croit à la liberté d'expression, à la liberté de presse, et qui n'hésite pas à s'en remettre à des professionnels de l'information pour offrir à ses lecteurs et auditeurs un produit d'une exceptionnelle qualité.

Non seulement les dirigeants de l'entreprise croient profondément qu'une société démocratique doit s'appuyer sur une presse libre, mais la direction de l'entreprise a compris il y a longtemps que c'est dans son intérêt d'agir ainsi. C'est dans son intérêt d'agir ainsi parce que cette approche hautement décentralisée permet aux différentes composantes du groupe d'offrir un produit d'une telle qualité que les chiffres démontrent, de façon éclatante, que c'est chez nous que la majorité des citoyens choisissent de s'informer. Je suis maintenant disposé à répondre à vos questions.

[Traduction]

**Le sénateur Graham:** M. Lavoie est un vieil ami. Je suis ravi de vous revoir sur la Colline.

Nous sommes impressionnés par les avoirs et les activités de Quebecor dans le monde puisqu'il s'agit d'une entreprise dont le siège social est au Canada. Vous comparez aujourd'hui en tant que vice-président exécutif de Quebecor Inc. Est-ce la société-mère ou la société de portefeuille?

**M. Lavoie:** C'est la société de portefeuille.

**Le sénateur Graham:** De Quebecor World et Quebecor Média?

**M. Lavoie:** C'est exact, oui.

**Le sénateur Graham:** Notre ami, l'ancien premier ministre Brian Mulroney, est président de Quebecor Inc., de Quebecor World ou des deux?

**M. Lavoie:** Le très honorable Brian Mulroney est président du conseil d'administration de Quebecor World, l'imprimerie de Quebecor. Il est également membre du conseil d'administration de Quebecor Inc. et membre du conseil de Quebecor Média.

**Le sénateur Graham:** Vous êtes propriétaire de la chaîne Sun Media, qui publie huit quotidiens, si je ne m'abuse. Avez-vous une idée du tirage total de ces huit quotidiens?

**M. Lavoie:** Je devrais le savoir, mais je ne le sais pas. À Montréal, notre tirage est d'environ 300 000 par jour pendant la semaine. À Toronto, le tirage est d'environ 260 000. À Québec, c'est d'environ 140 000.

**Senator Graham:** In Ottawa?

**Mr. Lavoie:** In Ottawa, I think we are in the neighbourhood of 65,000, but I could be wrong.

**Senator Graham:** Recently, you attempted to purchase some French radio stations in Quebec. You ran against a stumbling block in the CRTC. They denied approval. They were expressing concerns at the time about concentration and cross-media ownership.

We have heard from witnesses at this committee and elsewhere suggest that this is a reflection of a turf war between the CRTC and the Competition Bureau with respect to which body should have jurisdiction over which situations in broadcasting. Would you care to comment on that?

**Mr. Lavoie:** With all due respect, Senator Graham, it is hard for me to comment on something like that. The CRTC decided to deny us the licences for these radio stations. They said in their decision that what we were proposing to do with them did not outweigh — I think that was the language — what they saw as the downside of higher levels of concentration.

Beyond that, I am fully aware of the debate. I do not think I am in a comfortable position to comment on this. I would not interfere in that kind of turf battle, if such a thing existed.

**Senator Graham:** Would it be fair to ask you if you feel that either the CRTC or the Competition Bureau should have sole jurisdiction? Do you have a view on that?

**Mr. Lavoie:** Should our application have been approved? Is that your question?

**Senator Graham:** No. There is an overlap in a lot of areas between the CRTC and the Competition Bureau. I am wondering if one of the bodies, in your view, should have sole jurisdiction.

**Mr. Lavoie:** It is a fair question, but it would be a long debate. To tell you the truth, as far as we were concerned, this was not an issue. There was no turf battle involved.

If you recall the history behind this transaction, Astral Media bought those stations as part of a bigger deal. The Competition Bureau decided that there was something wrong and they asked that Astral Media sell part of what they had bought.

Following the decision by the Competition Bureau these stations were put on the block and Quebecor came up with an offer. We were not involved in a turf battle of any sort. I do not feel that I am competent to make a pronouncement one way or the other regarding who should have jurisdiction over this.

**The Chairman:** Let me ask some factual questions. If you have the answers with you, you can give them. If not, you can send them to us afterward, okay?

How many journalists do you have?

**Mr. Lavoie:** I checked yesterday. Sun Media has — give or take 20 — 1,000 editorial writers or personnel.

**Le sénateur Graham:** Et à Ottawa?

**M. Lavoie:** À Ottawa, je pense que c'est environ 65 000, mais je peux me tromper.

**Le sénateur Graham:** Récemment, vous avez essayé d'acheter des stations de radio francophones au Québec. Le CRTC vous en a empêchés en refusant d'approuver la transaction parce qu'il avait des réserves au sujet de la concentration et de la propriété multi-média.

D'autres témoins qui ont comparu devant notre comité et ailleurs ont dit que ce refus est le signe d'une lutte de pouvoir entre le CRTC et le Bureau de la concurrence pour savoir lequel de ces deux organismes devrait avoir compétence sur ces questions dans le domaine de la radiodiffusion. Qu'en pensez-vous?

**M. Lavoie:** Sauf votre respect, sénateur Graham, il est difficile pour moi de répondre à cette question. Le CRTC a décidé de refuser de nous octroyer des licences pour ces stations radiophoniques. Il a invoqué dans les motifs de sa décision que les avantages de notre proposition ne l'emportaient pas — je crois que c'est ce qu'il a dit — sur ce qui lui apparaissait comme les inconvénients d'une plus forte concentration.

À part cela, je suis bien au courant du débat, mais j'estime que je suis mal placé pour en parler. Je ne voudrais pas m'immiscer dans une telle guerre d'influence, à supposer qu'elle existe.

**Le sénateur Graham:** Puis-je vous demander si vous pensez que le CRTC ou le Bureau de la concurrence devrait avoir la compétence exclusive? Avez-vous une opinion à ce sujet?

**M. Lavoie:** Si notre demande était approuvée? C'est votre question?

**Le sénateur Graham:** Non. Le CRTC et le Bureau de la concurrence se chevauchent souvent. Je me demande lequel de ces deux organismes, à votre avis, devrait avoir la compétence exclusive.

**M. Lavoie:** Bonne question mais long débat. À dire vrai, en ce qui nous concerne, la question ne se pose pas. Il n'y a pas eu de querelle de compétence.

Rappelez-vous les événements qui ont donné lieu à cette transaction, Astral Media a acheté ces stations dans le cadre d'une acquisition plus vaste. Le Bureau de la concurrence a décidé que quelque chose était anormal, et il a demandé à Astral Media de revendre une partie des actifs qu'elle avait acquis.

À la suite de la décision du Bureau de la concurrence, ces stations ont été mises en vente, et Quebecor a fait une offre. Nous n'avons été mêlés à aucune querelle de compétence. J'estime ne pas avoir la compétence voulue pour me prononcer dans un sens ou l'autre en réponse à la question de savoir quel organisme devrait avoir compétence en la matière.

**La présidente:** Permettez-moi de vous interroger sur certains faits. Si vous avez les réponses, vous pourrez nous les donner. Sinon, vous pourrez nous les faire parvenir plus tard. D'accord?

Combien de journalistes avez-vous à votre service?

**M. Lavoie:** J'ai vérifié hier. Sun Media a, à une vingtaine d'employés près, 1 000 journalistes ou employés.



I got the breakdown this morning for TVA. I am very serious when I say that we do not centralize this aspect of the business. We do not. The notes that I received from TVA this morning is that we have 75 people working for the main network in Montreal. We have six regional stations with 10 people in Rimouski, 8 in Sherbrooke, 8 in Trois Rivières, 9 in Chicoutimi and 19 in Quebec City.

I do not have the count for the magazines.

**The Chairman:** Sun Media?

**Mr. Lavoie:** Sun Media has 1,000.

**The Chairman:** Does that include the *Le Journal de Montréal*?

**Mr. Lavoie:** It does.

**The Chairman:** That is all of your print daily newspapers?

**Mr. Lavoie:** The urban dailies, the regional dailies, and the weeklies under Sun Media have 1,000 plus or minus 20 editorial personnel.

**The Chairman:** Do you have any idea what the trend line has been? Have those numbers been increasing or decreasing?

**Mr. Lavoie:** I think that it has been stable.

**The Chairman:** Could you check on that over 10 years? Chose a period long enough to avoid cycles that are related to the advertising cycle. That would be helpful.

Has Quebecor or any section of Quebecor taken any position on the matter of restrictions on foreign ownership?

**Mr. Lavoie:** Not really. We have never taken any public position.

**The Chairman:** Do you have any views?

**Mr. Lavoie:** I do, but do my personal views really matter?

**The Chairman:** Yes.

**Mr. Lavoie:** Foreign ownership is a concept that has a different meaning when applied to telecommunication or the media. If you apply it to telecommunications, one comes very rapidly to the conclusion that it has served the monopoly of Bell Canada extraordinarily well. As we speak, Bell Canada's monopoly in local telephony remains at 99.5 per cent in their territories, despite the fact that the Parliament of Canada has expressed the view that it should be open to competition. The CRTC is of the same view. It is there to implement the wish of the elected representatives of Canadians. Once again, the restriction on foreign ownership — in respect of telecommunications — is the best thing that exists as far as Bell Canada is concerned.

As applied to media, my personal view — and I will choose my words carefully — is that perhaps these notions do not have the same meaning in the 21st century that they had 25 to 40 years ago.

J'ai reçu la ventilation ce matin en ce qui concerne TVA. Je suis très sérieux lorsque je dis que nous ne centralisons pas cet aspect de notre entreprise. C'est un fait. D'après les notes que j'ai reçues de TVA ce matin, nous avons 75 employés au réseau principal de Montréal. Nous avons six stations régionales avec 10 employés à Rimouski, 8 à Sherbrooke, 8 à Trois-Rivières, 9 à Chicoutimi et 19 à Québec.

Je n'ai pas la ventilation pour les périodiques.

**La présidente:** Sun Media?

**M. Lavoie:** Sun Media a 1 000 employés.

**La présidente:** Est-ce que cela comprend *Le Journal de Montréal*?

**M. Lavoie:** Oui.

**La présidente:** Cela comprend tous vos quotidiens?

**M. Lavoie:** Le personnel de rédaction des quotidiens urbains, des quotidiens régionaux et des hebdomadaires chapeautés par Sun Media compte en tout 1 000 personnes, à une vingtaine près.

**La présidente:** Avez-vous une idée de la tendance qui s'est dessinée? Ces effectifs sont-ils en hausse ou en baisse?

**M. Lavoie:** Je crois qu'ils sont restés stables.

**La présidente:** Pouvez-vous vérifier cela sur une période de 10 ans? Choisissez une période assez longue pour éviter les cycles qui sont influencés par le cycle publicitaire. Cela serait utile.

Est-ce que Quebecor ou une section de Quebecor a pris position sur la question des restrictions relatives à la propriété étrangère?

**M. Lavoie:** Pas vraiment. Nous n'avons jamais pris position publiquement.

**La présidente:** Avez-vous une opinion à ce sujet?

**M. Lavoie:** Oui, mais est-ce que mon opinion vous importe?

**La présidente:** Oui.

**M. Lavoie:** La propriété étrangère est une notion qui prend un différent lorsqu'on l'applique aux télécommunications ou aux médias. Si vous l'appliquez aux télécommunications, on en conclut très rapidement que le monopole de Bell Canada s'en porte extraordinairement bien. En ce moment, le monopole de Bell Canada dans la téléphonie locale demeure à 99,5 p. 100 dans les territoires qu'elle occupe, en dépit du fait que le Parlement du Canada s'est dit d'avis que ces territoires devraient être ouverts à la concurrence. Le CRTC est du même avis. Et le CRTC a pour vocation de mettre en oeuvre les volontés des représentants que les Canadiens ont élus. Je répète que la restriction relative à la propriété étrangère — en ce qui concerne les télécommunications — est la meilleure chose qui soit jamais arrivée à Bell Canada.

Quand on l'applique aux médias, mon opinion personnelle — et je vais choisir mes mots avec la plus grande circonspection — c'est que cette notion n'a peut-être plus le même sens au

I am not sure that who owns what and in what way matters any longer in respect of the quality of the product, the ethics involved and so forth.

I do not know that the *Daily Telegraph* is a better or worse newspaper because it is owned by someone from Canada. It is or it is not a good paper. That has very little to do with what citizenship the owner has or what passport he carries. That is my personal view.

Again, Quebecor has never participated in this debate because we do not think it is relevant to our business.

[Translation]

**Senator LaPierre:** Would you agree with what the Société de la langue française du Québec has said?

**Mr. Lavoie:** Pardon me, senator?

**Senator LaPierre:** Do you share the same opinions with regard to foreign ownership as the Société de la langue française du Québec?

**Mr. Lavoie:** Why not?

**Senator LaPierre:** If foreign companies had invested in Quebecor Média, do you think that you could pursue the mission as set out by Mr. Péladeau, which was to give a cultural voice to Quebec's francophones?

**Mr. Lavoie:** Why would it not be possible to do so? Quebecor's success is due to the quality of its products and to the fact that these products meet market expectations. The company's real owner is not really a factor. In our case, it is a moot point because there is not the shadow of a doubt that the company lies in the hands of Canadians and Quebecers.

**The Chairman:** It should be said that you are not representing the position of your company. You have stated this clearly and we got the message.

**Mr. Lavoie:** No, it is my personal point of view.

**The Chairman:** Your position is very interesting, giving your experience and your long career within media and in the public and private sectors. I have several other questions for you, but I will be patient.

[English]

**Senator Merchant:** Given the fact that your company has such a dominant position in the media in Quebec, and with other companies across Canada in a similar position, are you concerned that perhaps not every viewpoint is not represented in the media?

**Mr. Lavoie:** No, I am not.

**Senator Merchant:** Why is that? Do you not feel that if the same company owns all the different means of getting information, that there is perhaps a danger?

**Mr. Lavoie:** Well, I certainly do not see a danger today. I live in Montreal. When I wake up in the morning, I can have at my door the *Journal de Montréal*, *La Presse*, *Le Devoir*, *The Gazette*,

XXI<sup>e</sup> siècle qu'il y a 25 ou 40 ans. Je ne sais plus qui possède quoi et quel effet cela peut avoir sur la qualité du produit, l'éthique et le reste.

Je ne saurais vous dire si le *Daily Telegraph* est meilleur ou pire du fait qu'il appartient à un Canadien. C'est un bon journal ou pas. Tout cela a très peu à voir avec la citoyenneté du propriétaire ou le passeport qu'il détient. C'est mon opinion personnelle.

Je répète que Quebecor n'a jamais participé à ce débat parce que nous estimons qu'il n'a rien à voir à notre entreprise.

[Français]

**Le sénateur LaPierre:** Est-ce que vous arriveriez aux mêmes conclusions concernant la Société de langue française du Québec.

**M. Lavoie:** Je m'excuse, sénateur?

**Le sénateur LaPierre:** Est-ce que vos opinions sont les mêmes concernant les propriétés étrangères et la Société de langue française du Québec?

**M. Lavoie:** Pourquoi pas?

**Le sénateur LaPierre:** Si des compagnies étrangères avaient investi dans Quebecor Média, croyez-vous que vous pourriez remplir la mission que M. Péladeau s'était donnée, celle de donner une voix culturelle au peuple francophone du Québec?

**M. Lavoie:** Pourquoi ne le pourrait-on pas? Ce qui fait le succès de Quebecor, c'est la qualité de ses produits et le fait que ses produits correspondent aux attentes du marché. Qui en est le propriétaire ultime n'a pas grand-chose à voir. Dans notre cas, la question n'est pas pertinente car il n'y a aucune espèce de doute que le contrôle effectif de la compagnie est entre les mains de Canadiens et de Québécois.

**La présidente:** Notons tout de suite que vous n'exposez pas la position de la compagnie. Vous l'avez clairement dit et on a bien compris.

**M. Lavoie:** Non, c'est mon point de vue.

**La présidente:** Votre position est très intéressante, compte tenu de votre expérience et de votre longue carrière dans le domaine des médias et dans les secteurs public et privé. J'ai plusieurs autres questions mais je vais patienter.

[Traduction]

**Le sénateur Merchant:** Étant donné que votre entreprise est tellement dominante dans le marché médiatique au Québec, et que d'autres entreprises au Canada sont dans une situation semblable, ne craignez-vous pas que peut-être tous les points de vue ne sont pas représentés dans les médias?

**M. Lavoie:** Non.

**Le sénateur Merchant:** Mais pourquoi? Ne croyez-vous pas qu'il y aurait peut-être un danger à ce que la même entreprise possède tous les divers moyens d'information?

**M. Lavoie:** Eh bien, je n'y vois sûrement pas de danger aujourd'hui. Je vis à Montréal. Lorsque je me réveille le matin, je peux recevoir chez moi le *Journal de Montréal*, *La Presse*,



*The Globe and Mail* and the *National Post*. Before I leave for the office, I can stop in my home office and read everything else on the Internet. I can switch on my television and watch the all news channels of both CBC and TVA, and I can watch Newsworld and CTV news. I can watch all the morning shows.

I am 48 years old and I do not think I have ever been exposed to so many sources. Compared with 25 years ago, I do not feel that there has been a reduction in the number of sources. I see more sources. I receive more news than I ever did. No, I do not share this preoccupation, as the situation stands now.

**Senator Tkachuk:** Mr. Lavoie, do you think that we require the CRTC?

**Mr. Lavoie:** Yes, I do.

**Senator Tkachuk:** Why is that?

**Mr. Lavoie:** I think that the airwaves belong to all Canadians and that it is a privilege when a licence is granted to operate as a broadcaster. Someone has to act, at the minimum, as some kind of adjudicator of who will broadcast on what wavelength and so on and so forth, at a minimum.

**Senator Tkachuk:** Could they be auctioned off?

**Mr. Lavoie:** It is a concept that might be considered, but I think we need a regulator. We do not want a situation where anybody can say anything over the air in Canada. We do not want all sorts of lunatics using the public broadcast system — by “public,” I do not mean state-owned; I mean the public broadcasting system — to broadcast any old stupid thing. In this way, Canada is no different than the United States, and most other western nations, for that matter.

**Senator Tkachuk:** Therefore, you are saying that the CRTC should be used as a vehicle to sell the airwaves, or to give permission to someone to use the airwaves, and to ensure that they are not used for hate propaganda or things like that.

**Mr. Lavoie:** At a minimum, yes.

**Senator Tkachuk:** If someone wanted to start a news channel, and the CRTC found that the applicant was of sound mind and body — had the money, was sane, had good business people — why should they not?

**Mr. Lavoie:** So far, the CRTC has demonstrated an open-mindedness that has never led me to think that way. People who come up with honourable, respectable, interesting projects deserve to receive a licence and I think that these groups have received licences.

I will worry about the kind of things that you are raising when I am faced with it, but I have not been faced with it so far. Historically, the CRTC has done an excellent job. I am sure I can

*Le Devoir*, la *Gazette*, le *Globe and Mail* et le *National Post*. Avant de partir pour le bureau, je peux faire un arrêt au bureau principal du journal et lire tout le reste sur l'Internet. Je peux allumer la télévision et regarder toutes les chaînes d'actualité de Radio-Canada et de TVA, et je peux aussi regarder Newsworld et CTV news. Je peux regarder toutes les émissions du matin.

J'ai 48 ans, et je n'ai jamais été exposé dans ma vie à autant de sources de nouvelles. Si je compare cela à la situation d'il y a 25 ans, je ne crois pas qu'on ait réduit le nombre de sources d'actualités. J'en vois plus qu'avant. Je reçois plus de nouvelles que jamais auparavant. Non, dans l'état actuel des choses, je n'éprouve pas cette crainte.

**Le sénateur Tkachuk:** Monsieur Lavoie, à votre avis, le CRTC est-il nécessaire?

**M. Lavoie:** Oui, je le crois.

**Le sénateur Tkachuk:** Et pourquoi?

**M. Lavoie:** Je crois que les ondes appartiennent à tous les Canadiens, et que lorsqu'un radiodiffuseur reçoit une licence, c'est un privilège qu'on lui accorde. Quelqu'un doit servir d'arbitre pour décider qui diffusera quoi sur quelle longueur d'ondes et ainsi de suite, au minimum.

**Le sénateur Tkachuk:** Les ondes pourraient-elles être vendues aux enchères?

**M. Lavoie:** C'est une notion à laquelle on peut réfléchir, mais je crois que nous aurons quand même besoin d'un organisme de réglementation. Nous ne voulons pas nous retrouver dans une situation où tout le monde pourrait dire n'importe quoi sur les ondes au Canada. On ne veut pas que le système de radiodiffusion public soit à la merci d'une bande de cinglés — et par le mot «public», je n'entends pas la radiotélévision d'État; je parle du système de radiodiffusion public dans son ensemble — qui diffuseraient n'importe quelles sornettes. À cet égard, le Canada ne diffère nullement des États-Unis et de la plupart des autres pays occidentaux, quant à cela.

**Le sénateur Tkachuk:** Vous dites par conséquent que le CRTC devrait servir de véhicule pour la vente des ondes, ou pour donner à quelqu'un la permission d'utiliser les ondes, et s'assurer ainsi qu'on ne s'en serve pas pour répandre de la propagande haineuse ou des choses de ce genre.

**M. Lavoie:** Au minimum, oui.

**Le sénateur Tkachuk:** Si quelqu'un veut lancer une chaîne de nouvelles, et que le CRTC juge que ce requérant est sain de corps et d'esprit, qu'il a les moyens financiers voulus, et qu'il est entouré de gens d'affaires compétents, pourquoi ne pourrait-il pas le faire?

**M. Lavoie:** Jusqu'à présent, le CRTC a fait preuve d'ouverture d'esprit ce qui ne m'a jamais amené à voir ainsi les choses. Les gens qui ont des projets honorables, respectables et intéressants méritent de se voir octroyer une licence, et je crois que ces groupes les ont bel et bien obtenus.

Je m'inquiéterai du genre de situation que vous décrivez quand je m'y trouverai confronté lorsque je me trouve face-à-face avec elles, mais ça ne m'est jamais arrivé jusqu'à présent. Le CRTC a



be critical of one decision versus another, and I may agree or disagree with this or that, but overall, the CRTC has been an excellent regulator, compared with similar bodies in most other nations in the world. I would add that the Canadian broadcasting system, and once again, I am not referring to the CBC, which is but one important component of it, has turned out to be quite good, considering we are next door to the United States. We may have been overwhelmed by what is coming from there, especially in the nine provinces where English is the language of the majority.

I see that we have TSN, Newsworld, ESPN, CNN and cultural channels, et cetera. The Canadian system, with all its flaws and its positive aspects, has delivered to Canadians quite a good package.

**Senator Tkachuk:** If someone wanted to start a news channel in Edmonton, could they do that?

**Mr. Lavoie:** I suppose.

**Senator Tkachuk:** Dr. Allard wanted to do that a number of years ago. I remember the competition. The competition was not based on money or business. Dr. Allard was an extremely successful entrepreneur in Edmonton in the TV business.

**Mr. Lavoie:** I remember Dr. Allard.

**Senator Tkachuk:** He had larger audiences than the CBC. Yet, he was denied the opportunity for a news channel based on competition about the quality of the presentation. Why should it matter? Why should not the airwaves decide who gets to watch what news channel in Canada?

I am glad that we have the French language in Canada; otherwise, all the cable companies would be from Toronto. Right now, there are some in Montreal. The rest are all in Toronto.

**Mr. Lavoie:** That is not quite correct, with all due respect. I do not know that Shaw Communications is based in Toronto.

**Senator Tkachuk:** Shaw as a licensed cable deliverer. It does not broadcast.

**Mr. Lavoie:** It is involved in this as well.

**Senator Tkachuk:** They are all in Toronto.

**Mr. Lavoie:** I am not sure.

**Senator Tkachuk:** From the point of view of a western Canadian, a regulator is to ensure a diversity of opinion, to ensure people can get into the business, to ensure there is a level playing field, and to ensure that there be competition in the market place. I am not denying that it has been good for Canadians in the sense that we compete with Americans and that people have to get into the cable business or the broadcast business.

However, I am concerned that the market is concentrated. The CRTC, which was supposed to ensure that it was not concentrated, is allowing it to be concentrated.

traditionnellement fait un travail superbe. Il est sûr que je pourrais critiquer certaines décisions, et il se peut que je ne sois pas d'accord avec telle ou telle décision, mais d'une manière générale, le CRTC a été un excellent organisme de réglementation si on le compare à des instances semblables dans la plupart des autres pays du monde. J'ajoute que le système de radiodiffusion canadien, et je répète que je ne parle pas de Radio-Canada, qui n'en est qu'un élément important, s'est fort bien débrouillé jusqu'à présent, compte tenu du fait que nous sommes voisins des États-Unis. Nous avons peut-être été inondés par la programmation qui nous vient de là, surtout dans les neuf provinces où l'anglais est la langue de la majorité.

Je vois que nous avons TSN, Newsworld, ESPN, CNN, des chaînes culturelles, etc. Le système canadien, avec tous ses défauts et toutes ses qualités, offre un bon service aux Canadiens.

**Le sénateur Tkachuk:** Si quelqu'un voulait lancer une chaîne de nouvelles à Edmonton, pourrait-il le faire?

**M. Lavoie:** Je le suppose.

**Le sénateur Tkachuk:** C'est ce que voulait faire le Dr Allard il y a déjà un certain nombre d'années. Je me souviens de l'attitude de ses concurrents. Elle n'était fondée ni sur des questions financières ni sur des questions commerciales. Le Dr Allard avait une excellente réputation à Edmonton dans le monde de la télévision.

**M. Lavoie:** Je me souviens du Dr Allard.

**Le sénateur Tkachuk:** Son auditoire était plus large que celui de CBC. Pourtant, on lui a refusé sa chaîne de nouvelles sous le prétexte du manque de qualité du format. Pourquoi? Ne serait-il pas aux téléspectateurs de décider ce qu'ils veulent regarder ou ne pas regarder en matière de nouvelles?

Je suis content qu'il y ait le français au Canada; autrement, toutes les émissions distribuées par le câble le seraient à partir de Toronto. Aujourd'hui, il y a quelques distributeurs à Montréal. Tous les autres sont à Toronto.

**M. Lavoie:** Ce n'est pas tout à fait exact, sauf votre respect. Sauf erreur, Shaw Communications n'est pas à Toronto.

**Le sénateur Tkachuk:** Shaw est un simple distributeur. Ce n'est pas un radiodiffuseur.

**M. Lavoie:** Il est aussi dans la radiodiffusion.

**Le sénateur Tkachuk:** Ils sont tous à Toronto.

**M. Lavoie:** Je n'en suis pas sûr.

**Le sénateur Tkachuk:** Pour un Canadien de l'Ouest, le responsable de la réglementation a pour rôle de veiller à la diversité des opinions, de garantir l'accès à cette industrie, de veiller à ce que les règles soient égales pour tous et de veiller à ce qu'il y ait véritable concurrence sur le marché. Je ne nie pas les avantages pour les Canadiens qui sont en concurrence avec les Américains et auxquels le système permet d'entrer dans la distribution ou dans la radiodiffusion.

Cependant, je trouve la concentration sur le marché inquiétante. Le CRTC qui était censé veiller à ce qu'il n'y ait pas concentration l'autorise.

Concentration is cultural. Currently, all the cable channels emanate out of Toronto for eastern Canada. You can turn on to TSN, but I would like to turn on to ESPN. TSN is a Toronto cable channel. It has less to do with me than it has to do with Toronto.

How do we get around that problem?

**Mr. Lavoie:** That is a pretty broad debate. It reminds me, Senator Tkachuk, that I am in Ottawa now. I am not sure how to answer you.

In respect of the case of Dr. Allard, I would have to read the decision. You know better than I know why he was denied a licence.

We could go decision by decision through the CRTC history and agree and disagree with this one and that one. My comment was related more to my overall view that the CRTC has been successful in delivering quite a good balance.

You have travelled much yourself. When you are sitting in Pittsburgh or in Seattle, then sometimes you get mad at the fact that all the broadcasting comes from New York. I suppose, that when you are in Lyon, you get mad at the fact that it all comes from Paris. I could go on and on.

I am quite sympathetic to the frustration. I understand the historical roots of your frustration, and you express it well and with conviction. However, as a witness appearing here on behalf of Quebecor, I do not feel that this is an appropriate forum for me to debate those questions with you. I respect what you are saying.

During my career in Ottawa, I was chief of staff to the Minister of Energy, Mines and Resources in the years when the government decided to — you will remember this — to get rid of the National Energy Program. I travelled often to Calgary and Edmonton. In my years as a consultant, I had as a client a company now called EnCana; it was then called the Alberta Energy Company. I assure you that I understand what you are saying. I am quite sympathetic to it. Over the years on several occasions, I have discussed these issues over a few drinks with a few Albertans.

**Senator LaPierre:** Does Quebecor have any view on the questions you were just asked by Senator Tkachuk?

**Mr. Lavoie:** No.

[Translation]

**Senator Corbin:** Can you tell me a little more about what you do within the organization in your capacity as Executive Vice-President for Corporate Affairs?

**Mr. Lavoie:** It varies from day to day. Under its corporate structure, Quebecor Inc., whom I work for, is a holding company which controls the two other operational branches, namely Quebecor Media and Quebecor World. Quebecor's business culture is such that it basically shuns bureaucracy and the waste

La concentration est culturelle. Actuellement, toutes les chaînes sur le câble viennent de Toronto pour l'est du Canada. On peut regarder TSN, mais j'aimerais pouvoir regarder ESPN. TSN est une chaîne du câble de Toronto. Son contenu me concerne moins qu'il ne concerne Toronto.

Quelle solution?

**M. Lavoie:** C'est un débat très large. Cela me rappelle, sénateur Tkachuk, que je suis en ce moment à Ottawa. Je ne sais comment vous répondre.

Pour ce qui est du Dr Allard, il faudrait que je lise la décision. Vous savez mieux que moi la raison pour laquelle on lui a refusé une licence.

Nous pourrions passer en revue toutes les décisions du CRTC et être d'accord avec certaines et ne pas être d'accord avec d'autres. Ce que je voulais dire, en fait, c'est que d'une manière générale, les décisions du CRTC ont abouti à un assez bon équilibre.

Vous êtes un grand voyageur. Quand on est à Pittsburg ou à Seattle, on se plaint parfois que tout ce qui passe à la télé vient de New York. Je suppose que quand on est à Lyon, on se plaint que tout vient de Paris. Je pourrais citer toutes sortes d'exemples de ce genre.

Je comprends les frustrations que cela peut créer. Je comprends les racines historiques de vos frustrations, vous les exprimez très bien et avec conviction. Cependant, témoin représentant Quebecor, je ne pense pas que cela soit la tribune opportune pour débattre de ces questions avec vous. Je respecte tout à fait votre point de vue.

Pendant ma carrière à Ottawa, j'ai été chef de cabinet du ministre de l'Énergie, des Mines et des Ressources à l'époque où le gouvernement a décidé — vous vous en souviendrez — d'annuler le programme énergétique national. Je me rendais souvent à Calgary et à Edmonton. Lorsque j'étais consultant, j'avais comme client une compagnie qui s'appelle aujourd'hui EnCana; à l'époque c'était l'Alberta Energy Company. Je peux vous assurer que je comprends ce que vous dites. Je comprends vos arguments. Il m'est arrivé plusieurs fois de discuter de ces questions en prenant un verre avec des Albertains.

**Le sénateur LaPierre:** Est-ce que Quebecor a un point de vue sur les questions que vient de vous poser le sénateur Tkachuk?

**M. Lavoie:** Non.

[Français]

**Le sénateur Corbin:** Pouvez-vous me dire davantage en quoi consiste votre tâche au sein de l'organisation en tant que vice-président exécutif aux affaires corporatives?

**M. Lavoie:** Cela dépend des jours. Selon la structure corporative, Quebecor inc., mon employeur, est la société de portefeuille qui contrôle les deux autres bras opérationnels que sont Quebecor Média et Quebecor World. La culture d'entreprise de Quebecor est d'être fondamentalement réfractaire à la

it entails. I am sure that many of you sitting around this table would be astounded at what Quebecor Inc.'s headquarters look like.

Quebecor Inc. has five employees. I have the honour of belonging to this group. There is, of course, Pierre Karl Péladeau, my colleague, Jacques Mallette, the other executive vice-president and the head of Quebecor's financial management operations, as well as Mr. Péladeau's chauffeur and secretary. We are a small group which, on a daily basis, works with our various branches to ensure that the budgetary and strategic objectives of each of our various companies is met.

Of course, part of my role is to participate in those many discussions. Since you who assiduously read newspapers, you have surely noted that I am the official spokesperson for the company with regard to any issue affecting Quebecor, be it financial, regulatory or other issues. I am therefore responsible for the company's communication policy within a structure which, in that regard, is almost unique in Canada.

The fact that a corporation the size of Quebecor has such a decentralized vision of management probably makes it unique. This approach is largely responsible for the company's success. My job description is no more specific than what I have just told you.

**Senator Corbin:** Would it be correct to say that you are mostly in charge of public relations?

**Mr. Lavoie:** It would not be wrong to say that I spend a lot of time on that aspect.

**Senator Corbin:** Mr. Lavoie, you insisted on the fact that there is absolutely no overlap between the print newsrooms and the television newsrooms. I cannot imagine that.

Ideally and in theory, that must be possible, but given the "Péladeau culture," there surely must be a common denominator in the approach taken by the independent newsrooms, at least in practice.

By quickly leafing through any of your newspapers, I feel there is such a common denominator. In other words, they are typical Péladeau products.

**Mr. Lavoie:** That is the key to our success.

**Senator Corbin:** Yes, but success is a relative notion. Success can be measured in terms of the number of subscriptions or generated revenue. But I do not necessarily define success in those terms. Are you really insisting on the fact that the newsrooms are completely independent from one another?

**Mr. Lavoie:** Under the CRTC licence conditions, our print newsrooms must be completely independent of the TVA television network. An independent monitoring committee was created to receive complaints. This committee has the power to force us to answer any questions it feels are appropriate, following which it reports back to the CRTC.

bureaucratie et au gaspillage que celle-ci entraîne. Le siège social de Quebecor inc. est un endroit qui en étonnerait plus d'un autour de cette table.

Quebecor inc. compte cinq employés. J'ai l'honneur de faire partie de ce groupe. Il y a donc Pierre Karl Péladeau, mon collègue, Jacques Mallette, l'autre vice-président exécutif et chef de la direction financière de Quebecor ainsi que le chauffeur et la secrétaire de M. Péladeau. Nous formons un groupe restreint qui doit travailler au quotidien avec nos diverses filiales pour nous assurer du respect des objectifs budgétaires et des objectifs stratégiques fixés pour chacune des diverses entreprises.

Cela fait certainement partie de ma tâche de participer à ces nombreux débats. Pour vous qui êtes des lecteurs assidus des journaux, vous avez sûrement noté que je suis le porte-parole officiel de la compagnie pour toute question touchant Quebecor, que ce soit des questions financières, réglementaires ou autres. Je suis donc responsable de la politique de communication de la compagnie dans une structure qui, en ce sens, est presque unique au Canada.

Pour une entreprise de la taille de Quebecor, avoir une conception aussi décentralisée de la gestion en fait probablement une entreprise unique. C'est ce qui explique en bonne partie son succès. Je n'ai pas de définition de tâches particulières autres que celles que je viens de vous décrire.

**Le sénateur Corbin:** Serait-il exact de dire que vous vous occupez surtout des relations publiques?

**M. Lavoie:** Il ne serait pas faux de dire ce que j'y consacre beaucoup de mon temps.

**Le sénateur Corbin:** Monsieur Lavoie, vous avez insisté sur l'étanchéité totale des salles de rédaction des journaux et de celles du réseau de télévision. Je ne conçois pas qu'il puisse y avoir étanchéité totale.

Théoriquement et idéalement, cela doit exister mais puisqu'on parle d'une « culture Péladeau », il doit sûrement y avoir un dénominateur commun quant à l'approche que les salles de rédaction indépendantes adoptent, en pratique.

Je regarde rapidement en diagonale l'un ou l'autre de vos journaux et j'ai l'impression d'y détecter un dénominateur commun. En d'autres mots, j'y vois un cachet Péladeau.

**M. Lavoie:** C'est la clé de notre succès.

**Le sénateur Corbin:** Oui, mais le succès est une notion relative. Il y a le succès du nombre d'abonnements ou du revenu généré. Je n'entrevois pas nécessairement le succès en ces termes. Vous insistez réellement sur une étanchéité totale?

**M. Lavoie:** De par les conditions de licence du CRTC, nous sommes soumis à l'étanchéité totale des salles de rédaction de nos journaux et de celles du réseau de télévision TVA. Un comité de surveillance indépendant a été formé pour étudier les plaintes. Il dispose des moyens nécessaires pour nous forcer à répondre à toutes les questions qu'il juge appropriées et il fait rapport au CRTC.



I believe this committee was created, I repeat, in 1997, when the company bought Télévision Quatre Saisons, which has been renamed TQS, that is, in the fall of 1997, when the licence was transferred to Quebecor, until October 2001, when we sold Télévision Quatre Saisons to a consortium representing Cogeco and BCE.

No single complaint was ever upheld. Since receiving the licence for TVA, to my knowledge, there have been two or three complaints and none was upheld. We are extremely rigorous in applying that condition of the licence, because, on the one hand, it was imposed at our initiative — and I insist on the fact that it is unique in Canada, that is, other converged companies are not subject to the same rigorous conditions with regard to newsroom independence. It is truly unique in Canada. The licence was awarded under these conditions and it is in our interest to ensure that they are respected, which they will be.

**Senator Corbin:** You say that this newsroom independence does not exist elsewhere because you are the only ones who made that commitment to the CRTC. But how do you know, in the ordinary course of business, that this independence does not exist elsewhere? When you make that assumption, are you targeting a group in particular? Do you have anyone in mind? We are not naive, we know that the Asper group tried to impose a kind of editorial uniformity on its papers.

Are you absolutely certain that this newsroom independence is not practiced elsewhere? Let me take this matter one step further. A former journalist for the *Telegraph Journal*, one of the papers published by Brunswick News in New Brunswick, one day stated, in answer to criticism that Irving interests controlled public opinion in New Brunswick, that, in fact, Irving did not get involved in its newsroom operations and that they were strictly run along a business model. The Irving family also owns television stations.

**Mr. Lavoie:** And a fishing camp.

**Senator Corbin:** Excuse me?

**Mr. Lavoie:** I said: A fishing camp. It was a joke. I admit it is a bit gratuitous, but I am sure that Senator Corbin has a sense of humour.

**Senator Corbin:** Well, with certain companies, you have to go on a fishing expedition in order to get information. I was given the impression that the media newsrooms belonging to the Irving empire were completely independent from one another. How can you say you are the only ones? Have you conducted a systematic study of the situation?

**Mr. Lavoie:** Not at all. I am simply saying that, from a structural, legal and regulatory point of view, we are the only company subject to these licence conditions. However, I should add the following. We are the ones who proposed that the CRTC impose these conditions on us, which it did. I have nothing to say about how other Canadian corporations run their affairs.

**Senator Corbin:** All that being said, I do not believe in the absolute independence of the newsrooms.

Ce comité a été créé, je le répète, en 1997, lors de l'acquisition de Télévision Quatre Saisons, maintenant TQS, c'est-à-dire de l'automne 97, moment où la licence a été transférée à Quebecor à octobre 2001, moment où on a vendu Télévision Quatre Saisons à un consortium formé de Cogeco et BCE.

Il n'y a eu aucun cas où une plainte a été retenue. Depuis que nous avons obtenu la licence de TVA, à ma connaissance, il y a eu deux ou trois plaintes et aucune n'a été retenue. Nous appliquons de façon extrêmement rigoureuse cette condition de licence parce que, d'une part, c'est nous qui avons pris l'initiative de le proposer — et j'insiste sur le fait que c'est unique au Canada, c'est-à-dire que les autres groupes dits de convergence ne sont pas soumis à cette rigueur de l'étanchéité de la salle des nouvelles. C'est vraiment unique au Canada. Ce sont les conditions de licence et il y va de notre intérêt de faire en sorte qu'elles seront respectées et elles le seront.

**Le sénateur Corbin:** Vous dites que cette étanchéité n'existe pas ailleurs parce que vous êtes les seuls à vous être engagés au CRTC à cet effet. Mais comment savez-vous, dans la conduite ordinaire des choses, que l'étanchéité n'existe pas ailleurs? En le disant, ciblez-vous un groupe en particulier? Avez-vous quelqu'un en tête? Nous ne sommes pas naïfs. Nous savons qu'il y a eu des tentatives du groupe Asper pour imposer une espèce d'univocité chez ses affiliés.

Êtes-vous absolument certain que l'étanchéité ne se pratique pas ailleurs? Laissez-moi poursuivre un peu plus loin. Un ancien journaliste du *Telegraph Journal*, un des journaux publiés par Brunswick News au Nouveau-Brunswick, a dit un jour, suite à la critique que les intérêts Irving contrôlaient l'opinion publique au Nouveau-Brunswick qu'en fait, Irving n'avait pas de voix et que ses salles de rédaction étaient menées sur une base strictement d'affaires. Ils sont aussi propriétaires de postes de télévision.

**M. Lavoie:** Et d'un camp de pêche.

**Le sénateur Corbin:** Pardon?

**M. Lavoie:** J'ai dit: d'un camp de pêche. C'était une blague. C'est un peu facile, j'en conviens, mais je suis certain que le sénateur Corbin a le sens de l'humour.

**Le sénateur Corbin:** Dans le cas de certaines compagnies, il faut aller à la pêche pour obtenir de l'information. On m'a laissé sous l'impression qu'il y a une certaine étanchéité dans les journaux et les médias qui sont la propriété de l'empire Irving. Comment pouvez-vous dire que vous êtes les seuls? Avez-vous fait un examen systématique?

**M. Lavoie:** Pas du tout. Je vous dis simplement que sur le plan structurel, juridique et réglementaire, nous sommes la seule compagnie à qui de telles conditions de licence ont été imposées. Je dois faire la parenthèse suivante. On a proposé que le CRTC nous impose ces conditions, ce qu'il a fait. Je ne fais aucun commentaire sur le fonctionnement de l'un ou de l'autre des groupes de presse canadiens.

**Le sénateur Corbin:** Pour autant, je ne crois pas en une étanchéité absolue.

**Senator LaPierre:** I would like to talk about French-language communities outside Quebec. Do you have any radio or television stations outside Quebec?

**Mr. Lavoie:** No.

**Senator LaPierre:** However, you do business with cable companies outside Quebec, do you not?

**Mr. Lavoie:** From sea to sea, yes.

**Senator LaPierre:** Do French-language communities outside Quebec have access to your programs if they have cable?

**Mr. Lavoie:** Yes.

**Senator LaPierre:** Are you working on any projects to better serve French-language communities outside Quebec through relay stations?

**Mr. Lavoie:** We are not working on any projects per se, but apart from cable, which can deliver TVA's signal, there are also Hertzian waves. For instance, TVA is broadcast in the Acadian region without cable. In Eastern Ontario, which has a very lively francophone community, people also get TVA. I cannot say there are other projects, but I know that we have a very strong connection with francophone communities outside Quebec.

The program *Salut Bonjour* has the highest ratings by far within the francophone community. A while ago, for a week, it was even produced in the Acadian region and broadcast from there.

And we cannot forget the Wilfred Lebouthillier phenomenon, the grand winner of *Star Académie*, who hails from Tracadie-Sheila. The event created an extraordinary rapprochement between Quebecor's products and the Acadian region.

[English]

**Senator LaPierre:** I would like to ask you about the Internet. Do you think the day will come when you get up in the morning and, instead of opening your door to pick up the seven or eight newspaper you have on the porch, you will go on the Internet and read all the news of the day there without ever physically holding a newspaper?

**Mr. Lavoie:** No, I do not.

**Senator LaPierre:** Why?

**Mr. Lavoie:** Why? Well, I love books. I think you too are a book lover, Senator LaPierre. A couple of years ago, people were talking about the crazy, late-1990s notion of e-books — electronic books. We would download books and read them on some kind of a hand-held screen. Obviously, that did not happen. There is a physical relationship between the reader and the object that is being read. I do not know how to describe it, but I need to have it in my hands. I want to have it in my hands.

The Internet will always be there and will always be a source of information. As many of you do, I quite often during the day click on my Internet and read the latest headlines and so on. However, when I want to read an in-depth analysis of world affairs, I open *The Globe and Mail* or I read the *Journal de*

**Le sénateur LaPierre:** J'aimerais vous parler des communautés de langue française hors Québec. Détenez-vous des postes de télévision ou de radio hors Québec?

**M. Lavoie:** Non.

**Le sénateur LaPierre:** Cependant, vous collaborez avec les câblodiffuseurs hors Québec?

**M. Lavoie:** D'un océan à l'autre, oui.

**Le sénateur LaPierre:** Les communautés de langue française hors Québec peuvent donc vous capter s'ils ont le câble?

**M. Lavoie:** Oui.

**Le sénateur LaPierre:** Avez-vous des projets qui visent à servir les communautés de langue française hors Québec grâce à des stations-relais?

**M. Lavoie:** Nous n'avons pas de projets comme tels, mais au-delà du câble qui peut livrer le signal de TVA, il y a aussi des zones hertziennes. Par exemple, l'Acadie reçoit les ondes de TVA sans le câble. Dans l'Est ontarien, où il existe une communauté francophone très vivante, les gens reçoivent les ondes de TVA. Je ne peux pas dire qu'il y a d'autres projets, mais je sais que notre lien avec les communautés francophones hors Québec est très fort.

L'émission *Salut Bonjour* est de loin la plus écoutée par la communauté française. Il y a un certain temps, elle a été produite en direct d'Acadie pendant une semaine.

Comment ne pas mentionner le phénomène Wilfred Lebouthillier, le grand gagnant de *Star Académie*, qui est de Tracadie-Sheila. Il a créé en soi un rapprochement assez extraordinaire entre les propriétés de Quebecor et l'Acadie.

[Traduction]

**Le sénateur LaPierre:** J'aimerais vous interroger à propos de l'Internet. Pensez-vous qu'un jour, en vous levant, au lieu d'ouvrir votre porte et de ramasser sept ou huit journaux sur le perron, vous irez sur Internet pour lire toutes les nouvelles du jour à l'écran sans tenir un journal dans vos mains?

**M. Lavoie:** Non, je ne pense pas.

**Le sénateur LaPierre:** Pourquoi?

**M. Lavoie:** Pourquoi? Eh bien, j'aime les livres. Je crois que vous êtes vous-même un grand amateur de livres, sénateur LaPierre. Il y a quelques années, tout le monde parlait de cette idée folle de la fin des années 90, à savoir les livres électroniques. On allait pouvoir télécharger des livres et les lire sur un écran de poche. Évidemment, cela ne s'est pas réalisé. Il existe une relation physique entre le lecteur et l'objet qu'on lit. Je ne sais pas comment la décrire, mais moi, j'ai besoin d'avoir quelque chose en main. Je veux tenir quelque chose.

L'Internet existera toujours et sera toujours une source d'information. Comme vous, j'ouvre souvent l'Internet pendant la journée pour lire les dernières manchettes, etc. Cependant, lorsque je veux lire une analyse en profondeur de l'actualité mondiale, j'ouvre le *Globe and Mail*, le *Journal de Montréal* ou le

*Montréal* and *The New York Times* and those newspapers. I do not know why. Perhaps it is because I am getting older, and maybe my children will not feel the same way, but I do not see the day when people will abandon newspapers and go strictly to electronic sources of information.

**Senator LaPierre:** One of the difficulties of reading on the Internet is that it is difficult to curl up with your laptop. It makes life a little complicated.

What do you think will be the impact of the Internet upon the so-called “traditional media” of television, radio and newspapers? Will there be an impact?

**Mr. Lavoie:** There is an impact.

**Senator LaPierre:** Already?

**Mr. Lavoie:** Yes, a major impact. Essentially, the Internet has accelerated the movement of news enormously. It has a positive side and a negative side. The positive side is that you can find out what is going on instantly. You can be updated almost every minute if you know how to navigate on the Internet and jump from one site to the other. It is amazing how fast news can travel the world.

The negative side — and you are talking now to a former journalist — is that you are pushed for speed so much that you do not pay as much attention to details as you used to, because you have no time to do so.

What the Internet is doing to news, the all-news channel is also doing to news. We have seen major news events unfolding on television and things being announced and denied every five minutes, and sources saying one thing and then denying it. Anything goes, because it is live television. I am not even condemning it; it is just a fact of life.

However, when I was a TV reporter in the early 1980s, broadcasting live from a disaster zone was a very complex thing in terms of hardware, transmission and technology. Now it is child's play. It is so simple; it is amazing. It is mind-boggling. They get there with such light equipment and — boom — they are on the air instantly.

The downside to this is that they will do anything to get on the air and put any reporter live on the air because of the competition. Once again, I am speaking as a former journalist, you watch it all unfold and sometimes it is literally funny. You will hear them make a statement with great authority and 10 minutes later the completely contradict themselves without apology and they just keep going and going. I do have sympathy for them; it is not easy to this plug in your ear and different sources keep streaming in.

The Internet has the same type of effect. You are pushed constantly. The Internet is not only pushing the world of news; it is pushing our lives. We have to live faster than ever. Everything

*New York Times*. Je ne sais pas pourquoi. C'est peut-être parce que je prends de l'âge et mes enfants seront peut-être d'un avis différent, mais je ne peux pas concevoir qu'un jour, on abandonne totalement les journaux pour passer à une source strictement électronique d'information.

**Le sénateur LaPierre:** Le problème, pour lire sur Internet, c'est qu'il est difficile de s'allonger avec un ordinateur portable. Ça complique un peu la vie.

À votre avis, quel sera l'effet de l'Internet sur les médias dits traditionnels comme la télévision, la radio et les journaux? Est-ce que l'Internet va avoir un effet?

**M. Lavoie:** Il en a déjà un.

**Le sénateur LaPierre:** Déjà?

**M. Lavoie:** Oui, et un effet important. L'Internet a fortement accéléré la circulation des nouvelles, ce qui a des avantages et des inconvénients. L'un des avantages, c'est qu'on peut découvrir instantanément ce qui se passe. On peut avoir une mise à jour à chaque minute à condition de savoir naviguer sur Internet et de passer d'un site à un autre. La vitesse à laquelle les nouvelles parcourent la planète est étonnante.

L'inconvénient — et vous vous adressez actuellement à un ancien journaliste — c'est qu'on est tellement pris par la vitesse qu'on ne prête plus attention aux détails, car on n'a plus le temps de le faire.

Les chaînes de nouvelles traitent un peu les nouvelles comme le fait l'Internet. Nous avons vu de grands événements se dérouler sous nos yeux à la télévision, certaines choses annoncées puis démenties toutes les cinq minutes, certaines sources affirmant une chose et la démentant ensuite. Tout est acceptable, car c'est la télévision en direct. Je ne la condamne même pas. C'est tout simplement la réalité.

Mais lorsque j'étais journaliste de télévision au début des années 80, une émission en direct à partir d'une zone dévastée constituait une opération très complexe sur les plans du matériel, des transmissions et de la technologie. Aujourd'hui, c'est un jeu d'enfant. C'est très simple, c'est étonnant. C'est fascinant. Les journalistes se rendent sur place avec un équipement très léger et se retrouvent instantanément à l'antenne.

L'inconvénient, c'est qu'ils sont prêts à faire n'importe quoi pour passer à l'antenne et une station de télévision est toujours prête à faire passer un journaliste en direct à l'antenne, à cause de la concurrence. Encore une fois, j'ai le point de vue d'un ancien journaliste; parfois, il est comique de voir comment la télévision fonctionne. Un journaliste fait une déclaration d'un ton péremptoire et dix minutes plus tard, il se contredit complètement sans la moindre excuse, pour recommencer aussitôt après. J'ai beaucoup de sympathie pour les journalistes; il n'est pas facile de travailler avec un écouteur dans l'oreille, en recevant en permanence plusieurs sources d'information.

L'Internet a un peu le même effet. Il nous pousse constamment. Il pousse non seulement le monde des nouvelles, mais il pousse aussi nos vies. Nous sommes obligés de vivre plus vite que jamais.



moves faster. Everything moves by e-mail. People are no longer willing to wait two days for a letter to arrive; they want it right now by e-mail. It is never fast enough.

On the one hand, it is positive that information is moving faster than ever and people are in a position to talk to one another easier.

**Senator LaPierre:** The Internet will not replace all the news media?

**Mr. Lavoie:** No, I do not think so.

**Senator Merchant:** We are talking about the way we are getting news and how we like to get the news.

How you see young people engaged. Are they engaged at all? Are they interested in the news aspect or news information? Do you think they are? If so, how do they like to get their news? Do they like to get a newspaper? Can you tell by your subscribers whether your audience is older or younger?

I am thinking about the newspapers. I do not think young people are so tactile. We like to hold the newspaper or a book. I am wondering how you see the future when you say that you see the newspaper still as part of the way that we communicate the news. How far forward are you looking?

**Mr. Lavoie:** Well, we are of a generation for whom all-news channels are still something that is a marvel. My 16-year-old was born two years before Newsworld and six years after CNN. I suppose that for that generation, an all-news channel is just a fact of life. That is the way news moves; that is the way they are informed.

I do not know if I can specifically answer your question. I would just express the hope — and I do my best to teach this to my children — that the printed word will remain something important in their lives. Whatever it is they read, what really matters is that they read. Whatever books they choose to read, what I really care about is that I want to know that they read books. I guess what I am saying now applies to newspapers as well.

I do not know if the statistics still hold, but a few years ago a study indicated that only 34 per cent of Quebecers read at least one daily a day. In English Canada, it was closer to 40 per cent. That is a very low figure. We are talking about one daily a day. I confess that, as many of you must be, I am a bit of a news junkie. I read between five and seven dailies each day. I also confess that it is a bit crazy, and it is pretty close to an addiction. Sometimes I try to get rid of it, but I cannot. It is hard for me to understand how you can evolve in a complex society like ours and be a well-informed citizen if you do not read a newspaper a day, whichever one it is. I think one must know what is going on in the world. I am not factually answering your questions, because I do not have those figures.

Tout va plus vite. Tout fonctionne au courrier électronique. On ne veut plus attendre deux jours pour recevoir une lettre; on exige d'être informé immédiatement par courrier électronique. Ça ne va jamais assez vite.

Par contre, il est bon que l'information circule plus vite et que les gens puissent communiquer plus facilement entre eux.

**Le sénateur LaPierre:** L'Internet ne remplacera pas tous les médias d'information?

**M. Lavoie:** Non, je ne pense pas.

**Le sénateur Merchant:** Il est ici question de la façon de s'informer et du support de l'information.

Que pensez-vous de l'engagement des jeunes? Sont-ils engagés? Est-ce qu'ils s'intéressent aux nouvelles et à l'information? Dans l'affirmative, comment s'informent-ils? Est-ce qu'ils aiment lire les journaux? D'après les abonnements, vos lecteurs sont-ils plus vieux ou plus jeunes?

Je pense ici aux journaux. Je ne pense pas que les jeunes aient le même plaisir tactile. Nous aimons bien tenir un journal ou un livre en main. Comment voyez-vous l'avenir lorsque vous dites que les journaux seront toujours là pour assurer la communication des nouvelles? De quelle époque future parlez-vous?

**M. Lavoie:** Nous appartenons à une génération pour laquelle les chaînes de nouvelles ont toujours quelque chose de merveilleux. Mon fils de 16 ans est né deux ans avant la création de News World et six ans après celle de CNN. Pour cette génération-là, les chaînes de nouvelles font partie de l'ordinaire. C'est ainsi que les nouvelles circulent; c'est ainsi que les gens s'informent.

Je ne sais pas si je peux vraiment répondre à votre question. J'espère simplement — et c'est ce que je m'efforce d'apprendre à mes enfants — que l'imprimé restera quelque chose d'important dans leur vie. Peu importe ce qu'ils lisent. L'important, c'est qu'ils lisent. Ils peuvent choisir n'importe quel livre; ce qui m'intéresse, c'est de savoir qu'ils lisent des livres. Et ce que je dis vaut également pour les journaux.

Je ne sais pas si la statistique est toujours valide, mais il y a quelques années, une étude a montré que 34 p. 100 seulement des Québécois lisaient au moins un quotidien par jour. Au Canada anglais, c'était plutôt de l'ordre de 40 p. 100. Ce sont des chiffres très bas. Et il s'agissait d'un quotidien par jour. Je dois avouer que comme vous, sans doute, je me drogue un peu aux nouvelles. Je lis de cinq à sept quotidiens tous les jours. J'avoue également que c'est une manie un peu folle, qui confine à la toxicomanie. J'essaie parfois de m'en débarrasser, mais j'en suis incapable. J'ai bien du mal à comprendre comment on peut évoluer dans une société complexe comme la nôtre et se tenir informé si on ne lit pas un journal par jour, quel qu'il soit. J'estime que chacun doit savoir ce qui se passe dans le monde. Je ne peux pas vraiment répondre à votre question, car je n'ai pas les chiffres en main.

The readership of the *Journal de Montréal* is very broad. Our sales teams base their sales pitch to advertisers on the basis that the paper covers almost the entire spectrum of society. It was originally created as a blue-collar paper. One would say that a blue-collar paper would appeal to the lower middle class and unionized workers. However, that is no longer true. The *Journal de Montréal* has the same demographics as *La Presse*. In fact, they are broader one because they go further into the lower middle class. We are covering the entire spectrum, young and old. We are proud of that.

I have been a full-time employee of Quebecor for three years now. A couple of years prior to that, I was a consultant with them. The magic of Quebecor is that some of the senior guys have a feeling for what is happening in society. They have a feeling for what people expect.

Pierre Francoeur, the president of Sun Media, is a low profile, down-to-earth guy. He is the kind of guy who will never boast and or condescend. However, if you say to him, "Do you think this will work?" He will say "Yes" or "No," and he is generally right. At Quebecor, there is a fundamental understanding of where society is. Our success, of which we are proud, can be explained by that.

**Senator Graham:** This is a supplementary to what Mr. Lavoie just said. Mr. Lavoie, your reference to the importance of reading newspapers, books and papers and being informed is an eloquent testimony to your values. I congratulate you for that.

For the record, we have been provided information from the Web site of Quebecor. In our earlier conversation, off the record as we greeted each other, I thought that you said that total revenues for Quebecor World were about \$8 billion. The Web site tells us that it was \$9.8 billion for 2002 with 39,000 employees. The Quebecor Media total revenue was \$2.3 billion with 14,000 employees. The grand total in terms of revenue is \$12.1 billion actually.

**Mr. Lavoie:** That is correct. I said \$8 or \$9 billion, Senator Graham. I was pretty close.

**The Chairman:** Referring to the readership profiles that you were discussing with Senator Merchant, could you let us have some data on that?

**Mr. Lavoie:** Yes.

**The Chairman:** As you note, these are not secret numbers. These are numbers that a newspaper tries to show people. It would be helpful if you could let us have for both the French language papers and the English language papers data on circulation, readership, income levels, age levels, language, occupation, frequency of reading — if there is such a thing. I do not know if you have that. However, it would be helpful.

**Mr. Lavoie:** I will provide you with everything that is available to the public.

Le lectorat du *Journal de Montréal* est très vaste. Nos équipes de vendeurs fondent les arguments qu'ils présentent aux annonceurs sur le fait que notre journal englobe à peu près toutes les couches de la société. Il a été créé initialement à l'intention des cols bleus. On peut dire qu'un journal de cols bleus est destiné à la classe moyenne inférieure et aux travailleurs syndiqués. Or, ce n'est plus vrai aujourd'hui. Le *Journal de Montréal* a les mêmes caractéristiques démographiques que *La Presse*. Il vise même un lectorat plus large, parce qu'il rejoint davantage la classe moyenne inférieure. Nous couvrons toute la société, des jeunes aux moins jeunes, et nous en sommes fiers.

Je travaille à plein temps pour Quebecor depuis trois ans. Auparavant, j'étais expert-conseil auprès de Quebecor. L'extraordinaire, à Quebecor, c'est que certains des dirigeants ont véritablement le sens de ce qui se passe dans la société. Ils ont le sens de ce que les gens attendent.

Le président de Sun Media, Pierre Francoeur, est quelqu'un de très réservé, tout à fait terre à terre. Il n'est pas du genre à se vanter ou à se montrer condescendant. Mais si vous lui dites: «Pensez-vous que ça va marcher?» il vous répondra oui ou non, et il a généralement raison. À Quebecor, les gens savent fondamentalement où en est la société et c'est ce qui explique notre succès, dont nous sommes si fiers.

**Le sénateur Graham:** J'aimerais poser une question complémentaire. Monsieur Lavoie, vous avez fait référence à la nécessité de lire des journaux et des livres, de se tenir informé, et c'est là un témoignage remarquable des valeurs que vous pratiquez. Je vous en félicite.

Nous avons reçu de l'information provenant du site Web de Quebecor. Dans une conversation privée, vous avez dit, je crois, que le revenu total de Quebecor World était d'environ 8 milliards de dollars. Votre site Web affirme qu'il était de 9,8 milliards de dollars en 2002 et que vous aviez 39 000 employés. Quebecor Média, avec ses 14 000 employés, a eu un revenu total de 2,3 milliards de dollars. En fait, le total des revenus est de 12,1 milliards de dollars.

**M. Lavoie:** C'est exact. J'ai dit 8 ou 9 milliards, sénateur Graham. J'étais assez près de la réalité.

**Le président:** Pour en revenir au profil de votre lectorat, dont vous avez parlé avec le sénateur Marchand, est-ce que vous pourriez nous faire parvenir des données à ce sujet?

**M. Lavoie:** Oui.

**Le président:** Comme vous l'avez dit, ce ne sont pas là des chiffres secrets. Ce sont des chiffres que les journaux essaient de montrer. Il nous serait très utile d'avoir toutes les données sur la diffusion des journaux en français et en anglais, sur leurs lecteurs, avec les niveaux de revenu, l'âge, la langue, les professions, la fréquence de lecture — si ces données sont disponibles. Je ne sais pas si vous avez ces chiffres, mais ils nous seraient utiles.

**M. Lavoie:** Je vous donnerai tout ce qui est public.

**The Chairman:** It is helpful to us to understand what is happening.

As a supplementary, I understand that Quebecor, like others, is heavily engaged in the business special supplements or freebie, giveaway papers to attract young readers, which suggests a consciousness there.

**Mr. Lavoie:** I agree.

**The Chairman:** We have to do something special. We just cannot assume that youth will come to the same product that they always came to. Is that accurate?

**Mr. Lavoie:** Our “freebie,” to use your expression —

**The Chairman:** That is colloquial.

**Mr. Lavoie:** That is correct. We like to call them something else, but that is what they are. They are free newspapers distributed in the subway in the morning. They are given to everyone, including the youth that are going to the CEGEP or college. If it is helpful in convincing them that that being informed through reading is a good thing, then so much the better.

[Translation]

**The Chairman:** I was not asking a question, but I reserve my right to ask questions. Senator Corbin is patiently waiting.

**Senator Corbin:** My question may seem naive, but why are there no accents on “Quebecor”?

**Mr. Lavoie:** I do not know the answer, but I think that Pierre Karl Péladeau does write the word with an accent. I know that, officially, there are no accents. I think it is the same issue with Céline Dion who, on her English recordings, does not include the accent, whereas she does on her French recordings. I imagine that, because we are an international company, the decision was taken to remove the accents. But I have to admit that I was not involved in that decision. However, as with you, I note that there are no accents. But “Quebecor Média” does have an accent on the letter “E” in the word Média.

**Senator Corbin:** Has the Office de la langue française du Québec ever gone after you?

**Mr. Lavoie:** No.

**Senator Corbin:** I was just curious.

**The Chairman:** Here is my question: who sits on the monitoring committee? How many times a year do the committee's members meet? And what measures have been adopted to make the public aware of its existence? Does the public even know that it exists?

Based on my experience as a former journalist, I cannot believe that the committee has only ever received three complaints. Any media outlet receives tons of complaints.

**Le président:** Il est toujours utile de comprendre ce qui se passe.

À titre de question supplémentaire, je crois savoir que Quebecor, comme d'autres médias, pratique beaucoup les suppléments gratuits et les encarts destinés à attirer les jeunes lecteurs, ce qui indique bien une prise de conscience de sa part.

**M. Lavoie:** C'est exact.

**Le président:** Il faut faire un geste en direction des jeunes. On ne peut pas supposer qu'ils vont venir d'eux-mêmes chercher le même produit, comme ils l'ont toujours fait. Êtes-vous d'accord?

**M. Lavoie:** Nos suppléments gratuits, comme vous dites...

**Le président:** Façon de parler.

**M. Lavoie:** C'est cela. Nous les appelons différemment, mais ce sont bien des suppléments gratuits. Ce sont des journaux gratuits distribués le matin dans le métro. Ils sont distribués à tout le monde, y compris aux jeunes qui vont au CEGEP ou au collège. Si on réussit à les convaincre qu'il est bon de s'informer en lisant, eh bien tant mieux.

[Français]

**La présidente:** Ce n'était pas une question de ma part. Je réserve mon droit de questionner. Le sénateur Corbin attend patiemment.

**Le sénateur Corbin:** Ma question peut sembler naïve: pourquoi n'y a-t-il pas d'accents à «Quebecor»?

**M. Lavoie:** Je ne connais pas la réponse, mais je dirais que Pierre Karl Péladeau lui-même met un accent. Je sais qu'officiellement, il n'y a pas d'accent. Je pense que le même débat s'applique à Céline Dion qui, sur ses disques en anglais ne met pas d'accent, mais en met en français. J'imagine que c'est notre saveur internationale qui a dû prédominer au moment où une décision comme celle-là a été prise. Mais je vous avoue que je n'étais pas impliqué. Je constate, comme vous, qu'il n'y a pas d'accents. Mais à «Quebecor Média», il y a un accent sur le «E» de Média.

**Le sénateur Corbin:** Vous n'avez jamais été harcelé par l'Office de la langue française du Québec?

**M. Lavoie:** Non.

**Le sénateur Corbin:** J'étais curieux, c'est tout.

**La présidente:** Voici ma question: qui sont les membres des comités de surveillance? Combien de fois par année ces gens se réunissent-ils? Et quelles sont les mesures qui ont été adoptées pour publiciser l'existence de ce comité? Est-ce que le public sait que ce comité existe?

Forte de ma propre expérience comme ex-journaliste, je ne peux croire qu'il n'y a eu que trois plaintes. Les plaintes arrivent à flots dans n'importe quel média.



**Mr. Lavoie:** You cannot confuse the role of the monitoring committee with that of Radio-Canada's ombudsman. The committee was not struck to look into complaints about the quality or content of information. This committee was created to monitor the independence of news gathering operations.

I would be surprised if the public complained to this committee; any complaints would come from the newsrooms themselves. The journalists who are involved and their unions guard their independence very jealously and would fight to the death for it. It is more likely that complaints would come from within the organization. There is nothing really to prevent the public from filing a complaint with the committee, but its raison d'être was to make sure that the newsrooms operate in complete freedom, just like they did before they were integrated within Quebecor.

The members of the committee are Michel Héroux, a former journalist with Radio-Canada, Denis Tremblay, former vice-president of the Canadian press, and I forget who the third person is, but I will get you that name. The committee only meets when there is a complaint. It does not meet regularly, as its work is based on whether a complaint has been received or not.

**The Chairman:** Since you have told us that the committee has been created to address the complaints of journalists, are they reminded periodically about the existence of the committee?

**Mr. Lavoie:** That is not necessary, because they are fully aware it is there.

**The Chairman:** However, the fact remains that the newsroom independence stands in conflict with the principle of convergence. It seems to me that makes sense. I will mention an example which has already been raised several times on this committee, namely *Star Académie*, an event which received a great deal of coverage on TVA. The print media also devoted a great deal of coverage to the show, and it even made the front page of the *Journal de Montréal* and the *Journal de Québec*.

**Mr. Lavoie:** It also made the front page of *La Presse* and Sherbrooke's *La Tribune*.

**The Chairman:** But I am referring to your newsrooms. Unless I am mistaken, Quebecor even boasted of this fact. The message it sent out was that it was a package deal. But is it possible to have a package deal and independent newsrooms?

**Mr. Lavoie:** *Star Académie* was proof that it is possible. There was no interference with regard to editorial independence. You are right, the event made the first page of the *Journal de Montréal*, but it also made the first page of Sherbrooke's *La Tribune*, as well as the front page of many other newspapers, some belonging to the Gesca group, including a paper in Chicoutimi. *Star Académie* was basically an exceptional phenomenon. On Easter Sunday, three million people watched the same TV show, one which celebrated francophone songs. I think you must agree with me that this was an exceptional phenomenon.

**M. Lavoie:** Il ne faut pas confondre le comité de surveillance et le rôle d'un ombudsman à Radio-Canada. Ce n'est pas un comité pour se plaindre de la qualité ou du contenu de l'information. Il s'agit d'un comité dont la tâche est de veiller à l'étanchéité du travail de cueillette de l'information.

Des plaintes venant du public m'étonneraient grandement; si plaintes il doit y avoir, elles viendront des salles de rédaction. Les journalistes et les syndicats de journalistes impliqués sont très jaloux de cette indépendance, ils y tiennent mordicus. Je m'attends à ce que les plaintes viennent de l'intérieur. Rien, conceptuellement, n'empêcherait le public de se plaindre, mais l'idée même des comités était d'assurer aux salles de rédaction de jouir de l'indépendance de continuer à faire leur travail comme elles le faisaient avant qu'elles ne se retrouvent dans un groupe intégré comme le nôtre.

Les membres du comité sont Michel Héroux, ex-journaliste de Radio-Canada, autrefois, Denis Tremblay, ex-vice-président de la Presse canadienne; le troisième nom m'échappe, mais je vous le fournirai. Ce comité ne se rencontre que de façon *ad hoc*, c'est-à-dire que ce comité n'a des discussions que lorsqu'il y a une plainte. Il n'y a pas de réunion régulière de ce comité, il faut d'abord qu'il y ait une plainte.

**La présidente:** Puisque dans votre conception, c'est seulement dirigé vers les journalistes, y a-t-il un rappel périodique aux journalistes pour leur dire que ce comité existe?

**M. Lavoie:** Le rappel n'est pas nécessaire car ils en sont parfaitement conscients.

**La présidente:** L'étanchéité des salles de rédaction entre quand même en conflit avec le principe de la convergence. Il me semble que ce pourrait être le cas. Je vous cite un cas qu'on a déjà soulevé à plusieurs reprises à ce comité, *Star Académie*, où cet événement à TVA a été abondamment couvert. Cela prenait une importance extraordinaire dans les pages, même à la une, du *Journal de Montréal* et du *Journal de Québec*.

**M. Lavoie:** Et de *La Presse* et de *La Tribune* de Sherbrooke.

**La présidente:** Mais je parle de vos salles de rédactions. Si je ne m'abuse, Quebecor s'en est même vanté. Elle a bien voulu dire aux gens: Voilà, nous avons un forfait. Pouvons-nous avoir un forfait en même temps que des salles de rédaction étanches.

**M. Lavoie:** La preuve en a été faite avec *Star Académie*. Il n'y a eu aucune interférence dans le concept de l'étanchéité des salles de rédaction. Vous avez raison, cela a fait la première page du *Journal de Montréal* mais cela a fait aussi la première page du journal concurrent *La Tribune* de Sherbrooke et aussi la première page de toutes sortes d'autres journaux dont certains appartiennent à Gesca, dont celui de Chicoutimi. *Star Académie* a été fondamentalement un phénomène exceptionnel. Lorsque vous vous retrouvez un dimanche de Pâques avec trois millions de personnes qui regardent en même temps la même émission de télévision, qui se veut une célébration de la chanson francophone, vous devez convenir avec moi qu'il s'agit d'un phénomène assez exceptionnel.

**The Chairman:** Are you sure there was no coordination among the newsrooms? No contact whatsoever, no planning meeting, nothing?

**Mr. Lavoie:** Between the newsrooms? There was nothing.

**The Chairman:** Between the managers?

**Mr. Lavoie:** It's clear that Quebecor Média has a managing committee whose members are the CEOs of the company's various subsidiaries. Believe me, we discussed this matter at great length, because, from an economic point of view, *Star Académie* was the biggest investment made in a project in the history of television in Quebec. I can assure you that we discussed the matter at length. Newsroom independence has nothing to do with advertising space in various media. We feel that the word convergence was more or less imposed on us. We were talking about integration. This has been Quebecor's *modus operandi* since 1950. In our view, integration is just another name for cross promotion. It basically comes down to saying that the *Journal de Montréal's* advertising space was to a great extent used to promote *Star Académie*. The *Journal de Montréal's* advertising space was to a great extent used to promote the rising stars of *Star Académie*. This is a good thing, because it advances francophone music. *Star Académie* was a celebration of French music. With their huge capacity, our media promoted the event, and we are proud of their ability to do so. We are proud of the fact that our media promote artists who then go on to sell 565,000 CDs.

I am sorry if I seem to be all over the place. We also talked a lot about the illegal downloading of musical files on the Internet. This problem has hit Quebecor hardest. Why? Because we are the biggest music distributor, that is, the biggest music wholesaler in Quebec with a market share of over 70 per cent. We are also the biggest retailer because the groupe Archambault belongs to us and it has a market share of nearly 30 per cent. We are also music producers.

Global music sales have fallen by about 30 per cent. The music business is changing dramatically. But in Quebec, music sales in 2003 fell by 25 to 30 per cent under the global average. Why is that? Because 565,000 *Star Académie* CDs were sold. That means CDs sold and money spent on Canadian products, on Quebec products. The CDs included songs written by Stéphane Venne, Jacques Michel, Pierre Létourneau, Nanette Workman and Angelo Finaldi, all Quebecers. The musicians on the CD were also Quebecers, including Scott Price, who conducted the orchestra for Charles Aznavour during his last world tour. He is from Montreal. He wrote the music for *Star Académie*. Homegrown photographers designed and developed the booklet. We are extremely proud to have made such a huge contribution to the dynamic Quebec culture. But culture is more than just moments of anxious and sleepless creation. It is also a

**La présidente:** Vous êtes sûr qu'il n'y a eu aucune coordination entre les salles de rédaction? Aucun contact, aucune réunion pour planifier, rien?

**M. Lavoie:** Entre les salles de rédaction? Aucunement.

**La présidente:** Entre les gérants?

C'est évident qu'il y a un comité de direction de Quebecor Média sur lequel siège les PDG des différentes filiales du groupe. Vous pouvez me croire que nous en avons discuté beaucoup parce que, sur le plan économique, *Star Académie* est le plus grand investissement dans un projet de l'histoire de la télévision au Québec. Je vous prie de me croire qu'on en a discuté et abondamment. L'étanchéité des salles de rédaction n'a rien à voir avec l'espace publicitaire utilisé d'un média à l'autre. Pour nous, la convergence est un mot qui nous a été en quelque sorte imposé. Nous parlions d'intégration. Quebecor fonctionne ainsi depuis 1950. Nous avons toujours considéré l'intégration comme de la «cross promotion». Essentiellement, l'espace publicitaire du *Journal de Montréal* a été abondamment utilisé pour pousser le concept de *Star Académie*. L'espace publicitaire du *Journal de Montréal* a été abondamment utilisé pour pousser les vedettes montantes de *Star Académie*. Nous nous en réjouissons parce que c'est pour le plus grand bien de la chanson francophone. *Star Académie* était une célébration de la chanson de langue française. Nos médias poussent avec leur capacité énorme, nous sommes fiers de cette capacité. Quand nos médias poussent des artistes et que ces artistes vendent 565 000 disques.

Je m'excuse si je m'exprime de façon un peu décousue. Nous avons abondamment parlé du piratage de la musique par Internet. Quebecor souffre au premier chef de ce problème. Pourquoi? Parce que nous sommes le numéro un en distribution musicale, c'est-à-dire, le grossiste au Québec avec une part de marché de plus de 70 p. 100. Nous sommes le détaillant numéro un avec le groupe Archambault avec une part de marché qui avoisine 30 p. 100. Nous sommes également dans la production.

La chute du marché de la musique à l'échelle mondiale est d'environ 30 p. 100. C'est dramatique ce qui se passe dans le monde de la musique. Vous regardez au Québec, la chute au cours de l'année 2003 a été inférieure de 25 à 30 p. 100 à la moyenne mondiale cette année, pourquoi? Parce que *Star Académie* a vendu 565 000 disques. C'est autant de disques, autant d'argent dépensé pour des produits du Canada, du Québec. Sur les disques achetés, nous trouvons des chansons écrites par Stéphane Venne, par Jacques Michel, par Pierre Létourneau, par Nanette Workman, par Angelo Finaldi, des gens de chez nous. Les gens qui faisaient la musique de ce disque étaient des musiciens de chez nous, c'était Scott Price, le chef d'orchestre attiré de Charles Aznavour lors de sa dernière tournée mondiale, un gars de Montréal. C'était lui qui faisait la musique de *Star Académie*. Des photographes de chez nous faisaient le design, la préparation du



business. Artists create products, but they also have to be broadcast. With *Star Académie*, Quebecor helped francophone music, which is basically a major Quebec export.

Just look at the success of Quebec singers in France and throughout the francophone world. We have provided francophone music with a showcase the likes of which has not been seen in at least a decade. As long as *Star Académie* was broadcast every Sunday, between 2.5 and 3 million viewers were glued in front of their television sets to watch Quebec singers sing Quebec songs. That increased CD sales.

Dany Bédard is making a name for himself. He is an extremely promising writer and composer, and his songs are well crafted. Until recently, Mr. Bédard was hardly known to the public. But after appearing on *Star Académie* one evening, his CD sales surged. And when this happens, it basically means that Quebec's entire music industry flourishes.

When the newspapers in the Quebecor group gave *Star Académie* a great deal of coverage, that was something quite extraordinary. What they were talking about, was our music, our artists and all the work that was being done. I brought in some press clippings. I had fun looking at them, knowing this was an issue that concerned you, Madam Chair.

I had a good idea: I read the transcripts of some of your earlier meetings. There was a great deal of coverage of *Star Académie* in *La Presse* as well. And *La Presse* is not part of our group. There was a great deal of coverage in *The Globe and Mail* as well. I will repeat this for the third time: we discussed this phenomenon with a tremendous amount of pride. There was also some very critical coverage in the *Journal de Montréal*. There were some pretty nasty articles in the *Journal de Montréal*. I was reading them yesterday in preparation for this meeting. Some people at the *Journal de Montréal* did not like us very much.

**The Chairman:** Perhaps you could leave your file of clippings with the committee.

**Mr. Lavoie:** I would be pleased to do so, but I would point out that it is a biased selection. I chose the articles with a view to answering your questions.

**The Chairman:** I did not ask for an encyclopedia, just a sample.

**Mr. Lavoie:** I would be pleased to do that. This article is from the *Sherbrooke Tribune*, which belongs to Gesca. The headline on the first page was: "Long Live Wilfred the First." That was the headline. The *Chicoutimi* newspaper, which is owned by Gesca, said: "Frenzy." Why did we discuss this so much in the *Journal de Montréal*? Because it was an extraordinary phenomenon of Quebec society!

livret. Nous sommes culturellement extraordinairement fiers d'avoir apporté une telle contribution au dynamisme de la culture québécoise. La culture, au-delà de la création dans l'angoisse et les tourments la nuit en y songeant, c'est aussi des sous. Des créateurs pondent des produits, mais il faut les mettre en ondes. Nous, avec *Star Académie*, nous avons aidé la chanson francophone qui est fondamentalement un produit d'exportation très important du Québec.

Nous avons seulement à voir le succès des chanteurs québécois en France et dans le monde francophone. Nous avons fourni à la chanson francophone une vitrine comme personne ne l'a fait depuis au moins une décennie. Chaque dimanche durant toute la durée du projet *Star Académie*, il y avait entre 2,5 et trois millions de personnes qui étaient devant leur télévision pour voir des chanteurs d'ici chanter des chansons d'ici. Cela faisait vendre des disques.

Dany Bédard est en train de devenir quelqu'un de connu. C'est un auteur-compositeur extrêmement intéressant qui fait de très jolies mélodies et de très jolis textes. M. Bédard était presque inconnu. Un soir, il est apparu à *Star Académie* et le lendemain, ses ventes de disque ont augmenté. Lorsque les ventes de disque augmentent, fondamentalement, toute l'industrie du Québec se dynamise.

Quand les journaux du groupe Quebecor parlaient abondamment de *Star Académie*, c'était extraordinaire qu'ils en parlent. Ce dont ils parlaient, c'était de la musique d'ici, des artistes d'ici, de tout ce travail qui se faisait. J'ai amené des coupures de presse. Je me suis amusé à regarder la revue de presse, sachant que c'était une question qui vous préoccupait, madame la présidente.

J'avais eu la bonne idée d'aller lire quelques transcriptions de vos séances précédentes. Je regarde la couverture de *Star Académie* dans *La Presse*, elle était abondante aussi. *La Presse*, ce n'est pas nous. Elle était abondante dans le *Globe and Mail* aussi. Je le répète pour la troisième fois, c'est un phénomène dont nous parlons avec une extraordinaire fierté. C'est également une couverture qui a été très critique dans le *Journal de Montréal*. Il y a eu des articles très méchants dans le *Journal de Montréal*, je les lisais hier en me préparant. Il y en avait qui ne nous aimait pas au *Journal de Montréal*.

**La présidente:** Vous pourriez peut-être laisser ce dossier au comité.

**M. Lavoie:** Avec plaisir et en vous disant que c'est une sélection biaisée. Je les ai choisis pour répondre à vos questions.

**La présidente:** Je ne vous ai pas demandé de nous donner une encyclopédie, seulement un échantillon.

**M. Lavoie:** Cela me fait plaisir. Cet article provient *La Tribune* de Sherbrooke qui appartient à Gesca. En première page, vous avez: "Vive Wilfred premier". C'était la une du journal. Ce journal de Chicoutimi qui appartient à Gesca mentionne: Le délire. Pourquoi en parlions-nous tellement dans le *Journal de Montréal*? C'est parce que c'est un phénomène de société extraordinaire!



**The Chairman:** We are trying to understand the institutional dynamics that exist in various cases and *Star Académie* was an event, as you say. That is why it is mentioned.

I would like to ask you another question, Mr. Lavoie. Has Quebec ever had or considered having a statement of principles to guide its journalists regarding what they should do in their work without regard for the other interests of their owner? The reason I ask the question is that I have asked it of others, because we have heard from two former newspaper publishers, from different companies, who explain that when they worked for large companies a statement of principles of this type had been helpful to them, because everyone understood the rules of the game. There are certainly others who did not choose to proceed in this way. Has Quebecor ever considered such an approach?

**Mr. Lavoie:** No.

**The Chairman:** Why?

**Mr. Lavoie:** Because this is the first time I have heard about such a suggestion. We certainly do not see any need for such a statement of principles. Our journalists, in the large Quebec dailies at least, are unionized. They have very serious collective agreements that protect their independence, which is exceptional compared to that of other journalists in the western world. You worked in the Montreal media for a long time, Madam Chair, and you know that it was a well-known fact in this milieu that the journalists at the *Journal de Montréal* probably had the best collective agreement in the business, and that includes independence.

I fail to see what a statement of principles, as you have described it, would add. I fail to see why journalists would need such a thing and I have never heard them say they would like to have a statement of principles of the type you described.

**The Chairman:** Is Quebecor involved in the Quebec Press Council?

**Mr. Lavoie:** Yes.

**The Chairman:** I come to my last question:

[English]

Quebecor is a closely held company. The family control two-thirds of it.

**Mr. Lavoie:** Yes, the family holds 67 per cent of the voting shares.

**The Chairman:** What difference does that make to the company?

**Mr. Lavoie:** In what sense?

**The Chairman:** In any sense? Does it make any difference in terms of the cost of capital that you raise or the priorities you set? Does it make any difference to the freedom from or vulnerability to any kind of pressures? I am trying to understand what that ownership means as Quebecor goes through the daily life.

**La présidente:** On essaie de comprendre la dynamique institutionnelle qui existe dans divers cas et *Star Académie* a été un événement, comme vous le dites; c'est pour cela qu'on le cite.

Je vous pose une autre question, monsieur Lavoie: est-ce que Quebecor a jamais fait ou songé à faire une déclaration de principes pour guider ses journalistes, par exemple: vous devez faire votre travail sans vous préoccuper des autres intérêts de votre propriétaire. Je vous pose la question comme je l'ai posée à d'autres, parce qu'on a déjà entendu des témoignages de deux anciens éditeurs de journaux, de différentes compagnies, qui nous ont expliqué que, lorsqu'ils travaillaient au sein de grandes compagnies, une telle déclaration de principes les avait aidés car tout le monde comprenait les règles du jeu. Il y en a d'autres qui, certainement, n'ont pas choisi de le faire. Est-ce que Quebecor n'a jamais considéré une telle démarche?

**M. Lavoie:** Non.

**La présidente:** Pourquoi?

**M. Lavoie:** Parce que c'est la première fois que j'entends parler d'une telle suggestion. Nous n'en voyons certainement pas le besoin. Nos journalistes, dans nos grands quotidiens au Québec en tous cas, sont syndiqués, ils ont des conventions collectives très sérieuses et jouissent d'une protection quant à leur indépendance exceptionnelle par rapport à tout ce que vous pourrez trouver en Occident. Madame la présidente, vous avez été active longtemps dans le monde des médias à Montréal, vous savez qu'il était connu dans le monde des médias que les journalistes du *Journal de Montréal* avaient probablement la meilleure convention collective de toute la profession; et cela inclut l'indépendance.

Je ne vois pas ce qu'une déclaration de principes, telle que vous me la décrivez, viendrait ajouter. Je ne vois pas en quoi les journalistes en auraient besoin et je ne les ai jamais entendus exprimer le souhait qu'une telle chose se fasse.

**La présidente:** Est-ce que Quebecor participe au conseil de presse du Québec?

**M. Lavoie:** Oui.

**La présidente:** Ma dernière question:

[Traduction]

Quebecor est une société fermée. La famille en contrôle les deux tiers.

**M. Lavoie:** Oui, la famille détient 67 p. 100 des actions avec droit de vote.

**Le président:** En quoi cela fait-il de Quebecor une société différente?

**M. Lavoie:** Dans quel sens?

**Le président:** Cette caractéristique a-t-elle une incidence sur le coût des capitaux que vous obtenez ou sur vos priorités? Est-ce qu'elle vous expose à des pressions ou est-ce qu'elle vous met à l'abri des pressions? J'essaie de voir ce que signifie concrètement la structure de propriété de Quebecor.

**Mr. Lavoie:** In terms of corporate governance it is certainly very clear who is in charge. You could compare our situation with the situation of a company that is very widely held with no controlling shareholder, I am of the opinion that the best possible package is to have a controlling shareholder because the controlling shareholder's interests are to ensure that the company will succeed. He has everything invested in it.

I have referred several times during my presence here to the corporate culture of Quebecor. I said that we were allergic to bureaucracy, superstructures and committees for this and that. Quebecor cannot stand that kind of approach to business. We tell our shareholders that the money is invested in a smart way. We do not waste money on this kind of thing.

This kind of corporate culture can be maintained, and we are proud of it, because there is a controlling shareholder there. If we did not have a controlling shareholder, this culture would probably disappear. When you are in my position at the holding level, the temptation is always there to hire some other consultant and create a committee to advise you on this and that.

At Quebecor, you do not do that because the controlling shareholder would not tolerate it. The controlling shareholder is also at the root of the culture of the company.

Why is it that our dailies are so successful? It is because somebody, somewhere, understands what the market is expecting. That is the controlling shareholder. There is something that comes from Pierre Péladeau, the founder, that has been transmitted to his sons. They are the two controlling shareholders, and Pierre Karl is the CEO. That will probably keep moving down the generations. I hope so. I hope so because Quebecor is a very exciting company to work for. It is a company that should make Canadians proud.

[Translation]

**The Chairman:** Thank you very much, that was most interesting. I hope you will send us the additional information we requested. I must tell you that you are brave to come alone. Few people appear before parliamentary committees alone. It is always impressive to see that.

**Mr. Lavoie:** I knew I would be among friends.

The committee is adjourned.

---

OTTAWA, Thursday October 30, 2003

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 10:56 a.m. to examine the current state of Canadian media industries; emerging trends and developments in these industries; the media's role, rights and responsibilities in Canadian society; and current and appropriate future policies relating thereto.

**M. Lavoie:** En ce qui concerne la gouvernance de la société, on voit très bien qui est aux commandes. On peut comparer notre situation à celle d'une société ouverte sans actionnaire contrôlant, et je suis convaincu que la meilleure formule est celle de l'actionnaire contrôlant, car il a intérêt à assurer le succès de la société, où il a tout investi.

J'ai fait plusieurs fois référence ici à la culture d'entreprise de Quebecor. J'ai dit que nous sommes allergiques à la bureaucratie, aux superstructures et aux comités de toutes sortes. Chez Quebecor, on ne supporte pas cette façon de faire des affaires. Nous disons à nos actionnaires que leur argent est investi intelligemment. Nous ne gaspillons pas l'argent dans des choses de ce genre.

Nous réussissons à préserver cette culture d'entreprise grâce à notre actionnaire contrôlant, et nous en sommes fiers. Sans actionnaire contrôlant, elle disparaîtrait sans doute. Quand on se retrouve dans un poste comme le mien au sein d'une société de portefeuille, on est toujours tenté d'engager un autre expert-conseil et de constituer toutes sortes de comités consultatifs.

Ce n'est pas ce qu'on fait chez Quebecor, car l'actionnaire contrôlant ne l'accepterait pas. Il est à la racine même de la culture de l'entreprise.

Qu'est-ce qui fait le succès de nos quotidiens? C'est que quelqu'un, quelque part, comprend ce qu'attend le marché. Et c'est précisément l'actionnaire contrôlant. Le fondateur de l'entreprise, Pierre Péladeau, a légué quelque chose à ses fils. Ce sont les deux actionnaires contrôlants, et Pierre Karl est le PDG de la société. Celle-ci devrait se transmettre de génération en génération. C'est du moins ce que j'espère, car Quebecor constitue un milieu de travail tout à fait enthousiasmant. C'est une société dont les Canadiens ont tout lieu d'être fiers.

[Français]

**La présidente:** Merci beaucoup, c'était très intéressant. J'espère que vous allez nous envoyer les quelques renseignements supplémentaires que nous avons demandés. Je dois vous dire que vous êtes courageux de venir seul. Rares sont les personnes qui se présentent seules à un comité parlementaire, c'est toujours impressionnant.

**M. Lavoie:** Je savais que nous serions entre amis.

La séance est levée.

---

OTTAWA, jeudi le 30 octobre 2003

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 10 h 56 pour faire l'étude de l'état actuel des industries de médias canadiennes; les tendances et les développements émergents au sein de ces industries; le rôle, les droits, et les obligations des médias dans la société canadienne; et les politiques actuelles et futures appropriées par rapport à ces industries.

[Translation]

**Mr. Till Heyde, Committee Clerk:** It is my duty to advise you of the unavoidable absence of the Chair and to preside over the election of an acting chair to chair this meeting.

[English]

Honourable senators, it is my duty to advise you of the unavoidable absence of the chairman, and to preside over the election of an acting chairman to chair this meeting.

[Translation]

Is there a motion to that affect?

[English]

**Senator Graham:** Honourable senators, I move that, in the absence of the chair and the vice-chair, Senator Eymard Corbin be appointed acting chair for today's session.

**Mr. Heyde:** It is moved by the Honourable Senator Graham that the Honourable Senator Corbin do take the chair as acting chair for this meeting.

Is it your pleasure, honourable senators, to adopt the motion?

**Hon. Senators:** Agreed.

**Mr. Heyde:** Carried.

**Senator Eymard G. Corbin** (*Acting Chairman*) in the Chair.

**The Acting Chairman:** Thank you, honourable senators. It has been a long time since I have chaired.

It is a great pleasure for me to welcome honourable senators, our witness, members of the public and our viewers across Canada to this meeting of the Standing Senate Committee on Transport and Communications on the state of the Canadian news media.

[Translation]

The Committee is continuing its examination of the appropriate role of public policy in helping to ensure that the Canadian news media remain healthy, independent and diverse, in light of the tremendous changes that have occurred in recent years — notably, globalization, technological change, convergence and increased concentration of ownership.

Today we welcome Mr. André Préfontaine, President of Médias Transcontinental Inc. As indicated in his biographical notes, Mr. Préfontaine worked in a wide variety of posts linked to the information industry before joining Transcontinental in 1996.

[English]

Mr. Préfontaine is very familiar with Parliament. He worked here as a journalist many years ago.

[Français]

**M. Till Heyde, greffier du comité:** Il est de mon devoir de vous aviser de l'absence inévitable de la présidente, et de présider à l'élection d'un président intérimaire qui présidera cette réunion.

[Traduction]

Honorables sénateurs, j'ai le devoir de vous informer de l'absence inévitable de la présidente et de présider l'élection d'un président intérimaire pour la réunion.

[Français]

Y a-t-il une motion à cet effet?

[Traduction]

**Le sénateur Graham:** Honorables sénateurs, je propose qu'en l'absence de la présidente et du vice-président, le sénateur Eymard Corbin soit nommé président intérimaire pour cette réunion.

**M. Heyde:** Il est proposé par l'honorable sénateur Graham que l'honorable sénateur Corbin soit président intérimaire pour cette réunion.

Plaît-il aux honorables sénateurs d'adopter la motion?

**Des voix:** Adopté.

**M. Heyde:** Adopté.

**Le sénateur Eymard G. Corbin** (*président intérimaire*) occupe le fauteuil.

**Le président intérimaire:** Merci, honorables sénateurs. Il y a longtemps que je n'ai présidé une séance.

C'est un grand plaisir pour moi de souhaiter la bienvenue aux honorables sénateurs, à nos témoins, au public et aux téléspectateurs de tout le Canada à cette réunion du Comité sénatorial permanent des transports et des communications au sujet des médias canadiens d'information.

[Français]

Le comité poursuit son étude du rôle que l'État devrait jouer pour aider nos médias d'actualité à demeurer vigoureux, indépendants et diversifiés dans le contexte des bouleversements qui ont touché ce domaine au cours des dernières années, notamment la mondialisation, les changements technologiques, la convergence et la concentration de la propriété.

Aujourd'hui, nous avons le plaisir d'accueillir M. André Préfontaine, président de Médias Transcontinental. Tel qu'indiqué dans ses notes biographiques, M. Préfontaine a travaillé dans plusieurs postes reliés à l'industrie de l'information avant de se joindre à Transcontinental en 1996.

[Traduction]

M. Préfontaine connaît très bien le Parlement. Il a travaillé ici comme journaliste il y a de nombreuses années.



It is a great pleasure to welcome you to the committee, today, Mr. Préfontaine. As I believe you know, our general format is to have introductory remarks of about 15 minutes, followed by our period of questions and discussion.

[Translation]

**Mr. André Préfontaine, President, Médias Transcontinental Inc.:** If I may, Mr. Chairman, I would like to start by making two brief comments. You have received a copy of my brief, so rather than read it, I will simply highly its main points.

At the outset, I would like to say that we are pleased to have an opportunity to contribute to the committee's work, and I hope the information I provide today will be helpful in your endeavour. My comments will be general in nature and will serve mainly to pave the way for the questions and answer period.

The first thing I would like to do is to tell you about the credo of Médias Transcontinental and its parent company, Transcontinental Inc., as well as the publishers, editors-in-chief and journalists who work at our 11 dailies, 74 weeklies, 37 magazines and the other 54 periodicals we publish in all parts of the country.

I will read you our credo, to ensure that it appears in your minutes: As a news publisher, Médias Transcontinental believes strongly that factual, verifiable and quantifiable information is at the heart of the production — and success — of all our publications. In our opinion, information is not just another product. It engages the social responsibility of the publishing entity and, through its quality, contributes directly to the health of a democracy.

We believe that the quality of information is the cornerstone of the success of Médias Transcontinental, and that this quality supports our financial success and sustains growth. In 2002, this financial health enabled us to conclude the biggest deal in our history, when we acquired 12 local newspapers of CanWest, including 10 daily newspapers, in the Atlantic provinces and Saskatchewan.

That transaction strengthened our position as the fourth-largest print media group in Canada, the second-largest publisher of local and regional newspapers and pushed our revenues over \$500 million a year, increased the number of employees from sea-to-sea to 3,000, and allowed a group of journalists to join a company that believes in newspapers and believes in community service as a philosophy.

[English]

On the Canadian scene Transcontinental Media Inc. can be considered to be a new voice. For instance, in 1997, our publishing revenues were \$66 million. I have mentioned that in 2003, that figure will reach \$500 million.

Nous sommes donc très heureux de vous accueillir au comité aujourd'hui, monsieur Préfontaine. Comme vous le savez, notre pratique est de vous accorder environ 15 minutes pour nous présenter votre exposé qui sera suivi d'une période de questions et de discussion.

[Français]

**M. André Préfontaine, président, Médias Transcontinental inc.:** Monsieur le président, si vous me le permettez, je vais commencer par deux brèves remarques. Vous avez reçu le texte de mon allocution et je m'en tiendrai au contenu du texte, mais je vais vous épargner la lecture du texte.

Je voudrais, au départ, vous signaler que nous sommes heureux d'avoir l'opportunité de contribuer aux travaux du comité et j'espère que les éclairages que nous allons apporter aujourd'hui vont pouvoir enrichir votre réflexion. Nos remarques seront d'ordre général et viseront principalement à préparer la période de questions, les échanges qui vont suivre.

J'aimerais, dès le départ, établir le credo de Médias Transcontinental, qui est aussi celui de sa société mère, Transcontinental inc. et des éditeurs, des rédacteurs en chef et des journalistes de nos 11 quotidiens, nos 74 hebdomadaires, nos 37 magazines et nos 54 autres publications périodiques qui couvrent l'ensemble du pays.

Je vais me permettre, pour s'assurer que cela entre dans vos minutes, de lire le credo qui va comme suit: À titre d'entreprise de presse, Médias Transcontinental croit fermement que l'information factuelle, vérifiable, quantifiable est au cœur de l'activité et du succès, de toutes ses publications. Pour nous, l'information n'est pas un simple produit. Elle engage la responsabilité sociale de l'entreprise de presse et, par sa qualité, elle contribue directement à la santé de la démocratie.

Nous croyons que la qualité de l'information est la pierre angulaire de notre succès chez Médias Transcontinental, que cette qualité soutient notre réussite financière et nourrit notre croissance. C'est d'ailleurs cette santé financière qui nous a permis, en 2002, d'effectuer l'acquisition la plus importante de notre histoire, soit 12 journaux locaux acquis de CanWest, dont dix quotidiens, dans les provinces de l'Atlantique et en Saskatchewan.

Cette transaction a fait de nous le quatrième groupe de presse écrite au pays, le deuxième éditeur de journaux locaux et régionaux, a fait passer nos revenus à 500 millions de dollars par année, le nombre de nos employés, d'une mer à l'autre, à 3 000, et a permis à un groupe de journalistes de se joindre à une compagnie qui croit aux journaux et dont la philosophie est axée sur le service à la communauté.

[Traduction]

Au plan canadien, Transcontinental peut être considéré comme une nouvelle voix. Par exemple, nos revenus d'édition en 1997 n'étaient que de 66 millions de dollars. J'ai mentionné qu'en 2003, ce chiffre atteindra 500 millions de dollars.

In our opinion, diverse and multiple sources of information, especially in the era of the Internet, is the best way to guarantee the public's right to quality information. However, this diversity must also come from players who have the capacity to act as counterweights to the large media empires. When I refer to "media empires," I will be referring to larger groups that not only publish here in Canada, but also come from other countries, especially south of the border.

We are the largest publisher of consumer magazines in the country; we are the second largest publisher of magazines in categories combined. Our titles hold a 22 per cent market share in Canada. Our women's magazine, the largest portfolio of its kind in the country, has a market share of 49 per cent. The monthly readership of our women's magazines in the country is 11 million readers a month. We are also the second largest publisher of local and regional newspapers in the country and we are the only Canadian publisher in all 10 Canadian provinces.

Our size is essential to sustain the competition that we face, to maintain the quality of our content and the integrity of our operation, and is also instrumental in ensuring our growth.

However notable our size is in Canada, it is very relative on the North American scale. In fact if you look at the 10 largest North American publishers, you will not find a single Canadian publisher. On the North American scale, Transcontinental Media Inc. is a small player. Consider for one instance that *People Magazine* publishes more copies than all Canadian magazines combined. Yet, we compete against them.

We compete by focusing on the niches that we have identified in the market place. In so doing, however, we have not escaped the fact that there is competition. Our strategy has made us the first publisher of magazines in French and in English, with titles like *Canadian Living*, *Coup de pousse*, *Elle Canada*, *Elle Québec*, *Style at Home*, *Décormag*, *Homemakers*, *TV Guide*, *The Hockey News*, and so on.

[Translation]

Our publishing principles are simple and have accounted for our success to date. Canadians will always prefer magazines offering high quality Canadian content, written by Canadians, for Canadians. We are firmly convinced that our magazines help shape Canadian identity, share our experiences and values and unite Canadians around these values that reflect our identity.

Our competitors do not have the same objectives. The main threat comes from magazines such as *Cosmopolitan*, which sells over 253,000 copies a month in Canada, *Prevention*, with a circulation of 184,000 copies, *Martha Stewart Living*, at 165,000 copies, *Oprah*, 164,000 copies, *People*, close to 171,000 copies and *Teen People*, 126,000 copies.

À notre sens, la diversité et la multiplication des sources d'information, particulièrement à l'ère d'Internet, constituent les meilleures garanties au droit du public à une information libre et de qualité. Or, cette diversité ne peut venir que de joueurs qui ont la capacité par leur présence de faire contrepoids à ces grands empires médiatiques. Lorsque je parle d'empires médiatiques, je veux parler des groupes plus importants qui publient non seulement ici au Canada, mais qui proviennent d'autres pays, particulièrement des États-Unis.

Transcontinental est le plus important éditeur de magazines au pays; nous sommes le deuxième éditeur de magazines en importance, toutes catégories confondues, avec 22 p. 100 du marché canadien. Nos magazines féminins, le plus important portefeuille de ce genre au pays, occupent 49 p. 100 du marché. Ils sont lus par 11 millions de lecteurs tous les mois. Nous sommes également le deuxième éditeur de journaux locaux et régionaux en importance au Canada. Soit dit en passant, nous sommes le seul éditeur au Canada à avoir pignon sur rue dans 10 provinces.

Notre taille est essentielle au maintien de notre position concurrentielle et au maintien de la qualité de notre contenu et de l'intégrité de notre opération, et elle contribue également à assurer notre croissance.

Bien que notre taille soit remarquable au Canada, elle est très relative à l'échelle nord-américaine. En fait, aucune entreprise canadienne ne figure au classement des 10 plus grandes entreprises de presse en Amérique du Nord. En Amérique du Nord, Transcontinental est aussi un tout petit joueur. Un seul numéro du magazine *People* publie chaque semaine plus d'exemplaires que l'ensemble de tous les magazines canadiens réunis. N'empêche que nous devons leur faire concurrence.

Pour tirer son épingle du jeu, Transcontinental a choisi de se concentrer dans des créneaux. Cette stratégie n'est toutefois pas un rempart contre la concurrence. Notre stratégie a fait de nous le premier éditeur de magazines en français et en anglais avec des titres comme *Canadian Living*, *Coup de pousse*, *Elle Canada*, *Elle Québec*, *Style at Home*, *Décormag*, *Homemakers*, *TV Guide*, *The Hockey News*, et cetera.

[Français]

Nos principes d'édition sont simples et ont fait notre succès jusqu'à maintenant. Les Canadiens et les Canadiennes vont toujours préférer des magazines offrant un contenu canadien de qualité, préparé par des Canadiens pour des Canadiens. Nos magazines, nous le croyons fermement, contribuent à façonner l'identité canadienne, à partager nos expériences et nos valeurs, et à unir les Canadiens autour de ces valeurs qui reflètent leur identité.

Nos concurrents ne poursuivent pas les mêmes objectifs. La principale menace vient de magazines comme *Cosmopolitan*, qui vend plus de 253 000 exemplaires par mois au Canada, *Prevention* qui a un tirage de 184 000 copies, *Martha Stewart Living* 165 000 copies, *Oprah* 162 000 copies, *People* près de 171 000 copies et *Teen People* 126 000 copies.



*[English]*

Consider for an instant that we have 126.000 Canadian teenagers who shape their image and their values from *Teen People*, an American teenage magazine.

*[Translation]*

American publishers see Canada as another American State. They include Canada in North American promotions and programs to develop circulation. They see us as a cheap source of extra circulation, because they do not have to invest in editorial resources or operations in Canada.

Moreover, that is why the cutbacks announced this summer to the subsidies to the magazine industry by Heritage Canada are regrettable. For Transcontinental, they represent a loss of over \$6 million in 24 months.

There is no doubt in my mind that these cutbacks will lead to profound, long-term upheaval in the Canadian magazine industry, and that they constitute an unplanned change in the policy of the Canadian government. When I say policy, I want to clarify that I am referring to the Canadian government's cultural policy. In order to prosper in an environment of the type I described earlier, publishers of Canadian magazines need a structured approach that allows them to develop long-term business plans. When we take into account the costs involved in putting our material on the Internet — and we are talking about hundreds of thousands of dollars for each title — we have even more difficulty understanding the decision of the Department of Canadian Heritage to reduce its support to Canadian magazine publishers.

*[English]*

In such a context, industry movements are to be expected, and some of them will be beyond our control here in Canada, as they are elsewhere around the world.

Some say that concentration of media ownership could threaten the quality of information and the diversity of sources. The fact is the industry today is less concentrated than it was 20, 30 or 40 years ago. Emerging players such as Transcontinental Media Inc. contribute to the diversity and raise the standards of quality. We are convinced that this current environment has fostered a number of new and strong players, even though we face challenging market environments.

Transcontinental Media Inc. has concentrated on local markets, and we have offered a forum for voices that otherwise could not be heard. We contribute at a local level to the plurality of voices. In some instances, our network of publications, whether magazines or newspapers, have contributed to the survival of titles that otherwise would not exist today.

*[Traduction]*

Songez un instant qu'il y a 126 000 adolescents au Canada qui façonnent leur image et leurs valeurs à partir de *Teen People*, un magazine américain pour adolescents.

*[Français]*

Les éditeurs américains voient le Canada comme un autre État américain. Ils incluent le Canada dans des programmes nord-américains de promotion et de développement de tirage et nous considèrent comme une source de tirage à bon marché puisqu'ils n'ont pas à investir dans des ressources éditoriales ou des opérations au Canada.

C'est pourquoi, d'ailleurs, les compressions qui ont été effectuées cet été au programme de soutien à l'industrie du magazine par Patrimoine canadien sont regrettables. Pour Transcontinental, il s'agit d'une perte, sur 24 mois, de plus de six millions de dollars.

Il n'y a pas de doute dans mon esprit que ces compressions vont entraîner des bouleversements profonds et à long terme dans l'industrie canadienne du magazine et qu'elles constituent un changement de politique du gouvernement canadien, qui n'a pas été planifié. Quand je réfère à la politique, je veux préciser, à la politique culturelle du gouvernement canadien. Les éditeurs de magazines canadiens, pour prospérer dans un environnement tel que celui que je vous ai décrit précédemment, ont besoin d'une approche structurée qui leur permette de développer des plans d'affaires à long terme. Quand on constate les coûts associés à l'extension de nos contenus sur Internet, et on parle de centaines de milliers de dollars par titre, on comprend encore plus difficilement la décision de Patrimoine canadien de réduire son appui aux éditeurs de magazines canadiens.

*[Traduction]*

Dans un tel contexte, on doit s'attendre à des mouvements de propriété au sein de l'industrie des médias, et certains de ces changements échapperont à notre contrôle ici au Canada, car ils se produisent ailleurs dans le monde.

Certains diront qu'une concentration excessive de la propriété des médias pourrait menacer la qualité et la diversité de l'information. En fait, l'industrie aujourd'hui est moins concentrée qu'elle ne l'était il y a 20, 30 ou 40 ans. Les joueurs émergents comme Média Transcontinental inc. permettent de maintenir une diversité significative et de hausser les standards de qualité. Nous sommes convaincus que l'environnement actuel a encouragé l'arrivée de nombreux joueurs solides, même si cela signifie que nous devons faire face à un marché plus concurrentiel.

Transcontinental Média inc. s'est concentrée sur les marchés locaux, et nous contribuons à faire entendre des voix qui, autrement, ne pourraient s'exprimer. Dans certains cas, notre réseau de publications, qu'il s'agisse des magazines ou des journaux, a permis à certains titres de survivre alors qu'autrement, ils n'existeraient plus aujourd'hui.



[Translation]

This leads me to talk to you about the sense of community, which is at the heart of our publishing philosophy. Our philosophy is very simple: What is good for the community is good for the newspaper. Our newspapers are active members of their community and contribute to their development. Our employees are involved in community life. I would like to mention that two of our publishers, Caroline Andrews, the publisher of the *Orleans Star* and the *Ottawa Business Journal*, and Jean Touchette, the publisher of *Progrès*, in Saint-Léonard, each received the Queen's Golden Jubilee Medal for their community service.

The local causes and projects supported by our newspapers are too numerous to mention, and when communities have special needs, we are there as well. For example, last summer in the Bois-Francs region, in central Quebec, floods devastated the region and had an impact on several thousand residents. Our publishers, together with the Red Cross raised \$275,000, which was \$75,000 more than the initial target.

[English]

Some of you will also remember the fate of the village of Badger in central Newfoundland. It was in prison of ice after the flood water froze after severe weather. Our two newspapers in Newfoundland, the *Cornerbrook Western Star* and the *St. John's Telegram*, joined with the Red Cross and other organizations across the island and raised \$1.6 million to help those that were suffering from this disaster.

[Translation]

Similar examples can be found in all our newspapers in Nova Scotia, New Brunswick, Prince Edward Island, Manitoba, Saskatchewan and Ontario. For the second consecutive year, Transcontinental has been recognized by Corporate Knights as one Canada's most socially responsible companies.

In closing, it is our opinion that the consolidation we have seen in recent years is not yet over. In such a context, Médias Transcontinental intends to pursue business growth and, in our case, our size and resources will foster high-quality information and a diversity of voices. And we must be able to continue, to maintain this growth without any additional regulatory restrictions.

The critical mass is a factor in our survival and is an essential protection against the invasion of foreign publishers and radio and television broadcasters. It is in fact a guarantee that we will be able to offer Canadian products that talk about Canadians for Canadians. This responsibility does not lie solely with the government. The public's right to high-quality information is not incompatible with the right of companies to make business

[Français]

Ceci m'amène à vous parler du sens de la communauté qui réside au cœur de notre philosophie d'édition. Cette philosophie est fort simple: si c'est bon pour la communauté, c'est bon pour le journal. Nos journaux sont des membres actifs de leur communauté et contribuent à leur développement. Nos employés participent à la vie communautaire et, à titre d'exemple, deux de nos éditeurs, Caroline Andrews, éditrice du *Orleans Star* et du *Ottawa Business Journal*, ainsi que Jean Touchette, éditeur du *Progrès*, de Saint-Léonard, ont été honorés cet été lorsqu'on leur a décerné la médaille du Jubilé de la Reine pour services à la communauté.

Les causes et les projets locaux appuyés par nos journaux sont trop nombreux pour être énumérés, et quand les communautés sont dans le besoin, nous sommes là également. À titre d'exemple, l'été dernier, dans la région des Bois-Francs, dans le centre du Québec, des inondations ont dévasté cette région et ont affecté plusieurs milliers d'habitant. Nos éditeurs, avec la Croix-Rouge, ont lancé une campagne de souscription et ont recueilli 275 000 dollars, soit 75 000 \$ de plus que l'objectif fixé.

[Traduction]

Certains d'entre vous se rappelleront également ce qui est arrivé au village de Badger à Terre-Neuve. Tout le village s'est retrouvé emprisonné dans la glace après une chute de température qui a suivi une inondation. Nos deux journaux à Terre-Neuve, soit le *Cornerbrook Western Star* et le *St. John's Telegram* se sont joints à la Croix-Rouge et à d'autres organisations sur l'île et ont recueilli 1,6 million de dollars pour venir en aide aux sinistrés.

[Français]

Des exemples comme ceux-ci existent partout dans nos journaux en Nouvelle-Écosse, au Nouveau-Brunswick, à l'Île-du-Prince-Édouard, au Manitoba, en Saskatchewan et en Ontario. En fait, pour la deuxième année consécutive, Transcontinental a été reconnu par Corporate Knights comme étant l'une des entreprises canadiennes la plus responsable socialement.

En terminant, nous sommes d'avis que la consolidation que nous avons observée au cours des dernières années n'est pas terminée. Dans un contexte comme celui-ci, Transcontinental Médias entend poursuivre sa croissance et dans notre cas, notre taille et nos ressources, vont favoriser une information de qualité, une diversité des voies. Et nous devons pouvoir continuer, maintenir cette croissance sans contrainte réglementaire additionnelle.

La masse critique est un facteur de survie et constitue un rempart essentiel au Canada contre l'envahissement des éditeurs, des télédiffuseurs et des radiodiffuseurs étrangers. C'est en fait une garantie de pouvoir offrir des produits canadiens parlant des Canadiens pour les Canadiens. Cette responsabilité ne repose pas uniquement sur le gouvernement. Le droit du public à une information de qualité n'est pas contraire au droit des entreprises

deals. The CRTC and the Competition Bureau exist to ensure that these transactions are in the public interest.

[English]

In closing, we believe that the current concentration of media ownership in the country does not have a negative impact. Transcontinental Media's business development model is based on a disciplined growth that respects journalistic ethics. Our history shows that even without further regulation a media company can be fully aware of its responsibilities and assume them in all of its markets.

Canadian companies must have the resources they need to achieve the critical mass that will make them competitive, long-term players, particularly in this market environment. Given the unprecedented domination of American culture and its formidable financial resources, what we need from the Canadian government is a structured approach that will allow us to develop long-term business plans.

I will be happy, Mr. Chairman, to respond to any questions that members of the committee have.

[Translation]

**The Acting Chair:** Thank you, Mr. Préfontaine. Honourable senators, it is my duty to remind you that we will try to adjourn by 12:30 p.m. at the latest. The following is the list of senators who have asked to speak: Senators Graham, Spivak, Merchant and Day.

[English]

**Senator Graham:** Thank you, Mr. Préfontaine, and a warm welcome back to Parliament Hill. You mentioned all the provinces where you were represented through daily newspapers, except, I believe, British Columbia and Alberta.

**Mr. Préfontaine:** We publish magazines in those two provinces.

**Senator Graham:** In all the other provinces, you publish dailies?

**Mr. Préfontaine:** We publish either dailies or weeklies. We publish daily newspapers in Quebec, Nova Scotia, Prince Edward Island, Newfoundland, and in Saskatchewan. In New Brunswick, we publish a weekly newspaper in Sackville. We publish weekly newspapers in Ontario, Manitoba and also Saskatchewan.

**Senator Graham:** I am interested in the names of the 10 or 12 daily newspapers you have.

**Mr. Préfontaine:** We will start in St. John's with the *Evening Telegram*; in Corner Brook with the *Western Star*; the *Cape Breton Post* in Sydney; the *Truro Evening News*; the *New Glasgow Daily News*.

d'effectuer des transactions. Le CRTC et le Bureau de la concurrence sont là pour veiller à ce que ces transactions soient dans l'intérêt du public.

[Traduction]

En guise de conclusion, nous sommes d'avis que le niveau actuel de concentration de la presse au pays n'a pas eu d'effets négatifs. Le modèle de développement de Transcontinental s'appuie sur une croissance disciplinée respectant l'éthique journalistique. Notre histoire démontre que même sans réglementation, une entreprise de presse peut être consciente de ses responsabilités et les assumer pleinement, dans tous ses marchés.

Les entreprises canadiennes doivent avoir les ressources nécessaires pour atteindre la masse critique qui fera d'elles des concurrents solides à long terme, particulièrement dans le contexte du marché actuel. Face à la menace sans précédent de la culture américaine et de ses formidables moyens financiers, c'est d'une approche structurée qui nous permet de développer nos plans d'affaires à long terme dont nous avons besoin de la part du gouvernement canadien.

Je serai heureux, monsieur le président, de répondre aux questions des membres du comité.

[Français]

**Le président intérimaire:** Je vous remercie, monsieur Préfontaine. Honorables sénateurs, c'est mon devoir de vous rappeler que nous tâcherons d'ajourner au plus tard vers 12 h 30. Je vais vous lire la liste des sénateurs qui désire prendre la parole. Les sénateurs Graham, Spivak, Merchant et Day.

[Traduction]

**Le sénateur Graham:** Merci, monsieur Préfontaine, et nous sommes heureux de vous revoir sur la colline du Parlement. Vous avez mentionné toutes les provinces où vous publiez des quotidiens, sauf, je crois, la Colombie-Britannique et l'Alberta.

**M. Préfontaine:** Nous publions des magazines dans ces deux provinces.

**Le sénateur Graham:** Dans toutes les autres provinces, vous publiez des quotidiens?

**M. Préfontaine:** Nous publions des quotidiens ou des hebdomadaires. Nous publions des quotidiens au Québec, en Nouvelle-Écosse, à l'Île-du-Prince-Édouard, à Terre-Neuve et en Saskatchewan. Au Nouveau-Brunswick, nous publions un hebdomadaire à Sackville. Nous publions des hebdomadaires en Ontario, au Manitoba et en Saskatchewan.

**Le sénateur Graham:** Je m'intéresse aux noms des 10 ou 12 quotidiens que vous publiez.

**M. Préfontaine:** Nous allons commencer par St. John's, avec le *Evening Telegram*; à Corner Brook, c'est le *Western Star*; à Sydney, le *Cape Breton Post*; à Truro, le *Evening News*; à New Glasgow, le *Daily News*.

**Senator Graham:** The Truro *Daily News* and the New Glasgow *Evening News*.

**Mr. Préfontaine:** I stand corrected. The *Amherst Daily News*; the *Halifax Daily News*; the *Moose Jaw Times-Herald* in Saskatchewan; the *Prince Alberta Daily News*, also in Northern Saskatchewan; and *Métro* in Montreal.

**Senator Graham:** In your summary you say:

We believe that the current concentration of media ownership in the country does not have a negative impact.

Then in your second final point you say:

Given the unprecedented domination of American culture and its formidable financial resources, what we need from the Canadian government is a structured approach that will allow us to develop long-term business plans.

Could you elaborate on what you mean by a "structured approach?"

**Mr. Préfontaine:** I will give an example. The Postal Assistance Program that supports the Canadian magazine industry has been in place since before Confederation. It has helped to develop a very vibrant Canadian magazine sector. In fact if you look at magazines sold in Canada today, you have roughly 50 per cent Canadian, 50 per cent American. However, when you look at magazines sold by subscription, "subscription" meaning that the distribution of those subscriptions was supported by PAP, 80 per cent of Canadian magazines are sold through subscriptions.

Please try to visualize any newsstand you have visited recently, including perhaps the one at the airport here in Ottawa, and you will realize that you are bombarded with American titles. Ninety-five per cent of magazines sold in Canadian newsstands are American. The federal government has not given any support to wage battle against American publishers on the newsstand.

The Postal Assistance Program has been in place for an extended period of time. It is an integral part of every Canadian magazine publisher's business plan. Last summer we were confronted with significant changes to the Postal Assistance Program decided by Heritage Canada, and this in the context of a three-year agreement we had negotiated. "We" is not Transcontinental Media Inc., but the magazine industry through its association, the Canadian Magazine Publishers Association. We had negotiated a long-term price increase agreement with Canada Post with the help of Heritage Canada.

We all assumed at the time of the negotiations that the support from the federal government would not change during that three-year period that we agreed upon. Within that context, we agreed to postal rate increases that are superior to what we would

**Le sénateur Graham:** Le *Daily News* de Truro et le *Evening News* de New Glasgow.

**M. Préfontaine:** Je reconnais mon erreur. Le *Amherst Daily News*; le *Halifax Daily News*; le *Moose Jaw Times-Herald* en Saskatchewan, le *Daily News* à Prince Albert qui se trouve également dans le nord de la Saskatchewan; et le *Métro* à Montréal.

**Le sénateur Graham:** Dans votre résumé, vous dites:

Nous sommes d'avis que le niveau actuel de concentration de la presse au pays n'a pas eu d'effets négatifs.

Vous dites ensuite dans votre avant-dernier paragraphe:

Face à la menace sans précédent de la culture américaine et de ses formidables moyens financiers, c'est d'une approche structurée qui nous permette de développer nos plans d'affaires à long terme dont nous avons besoin de la part du gouvernement canadien.

Pouvez-vous nous expliquer davantage ce que vous voulez dire par «une approche structurée»?

**M. Préfontaine:** Je vais vous donner un exemple. Le Programme d'aide aux publications pour l'industrie canadienne des périodiques existe depuis avant la Confédération. Ce programme a contribué à développer une industrie canadienne des périodiques très prospère. En fait, si on regarde les périodiques qui sont vendus au Canada, il y en a environ 50 p. 100 qui sont canadiens et 50 p. 100 américains. Cependant, si on regarde les périodiques qui sont vendus par abonnement, «abonnement» signifiant que ces abonnements sont distribués avec l'aide du Programme d'aide aux publications, 80 p. 100 des périodiques canadiens sont vendus par abonnement.

Essayez de visualiser un kiosque à journaux où vous seriez allé récemment, peut-être celui qui se trouve à l'aéroport d'Ottawa, et vous verrez que l'on est bombardé de titres américains. Quatre-vingt-quinze pour cent des magazines vendus dans les kiosques à journaux canadiens sont américains. Le gouvernement fédéral n'a accordé aucune aide à l'industrie canadienne des périodiques pour l'aider à faire face à la concurrence américaine dans les kiosques à journaux.

Le Programme d'aide aux publications est en place depuis longtemps. Il fait partie intégrante du plan d'affaires de tous les éditeurs de magazines canadiens. L'été dernier, nous avons été confrontés à des changements importants qui ont été apportés au Programme d'aide aux publications par Patrimoine Canada et cela, dans le contexte d'une entente de trois ans que nous avons négociée. Lorsque je dis «nous», je ne veux pas parler de Transcontinental, mais de l'industrie des périodiques par l'intermédiaire de son association, la Canadian Magazine Publishers' Association. Nous avons négocié une entente de hausse des prix progressive avec Postes Canada, avec l'aide de Patrimoine Canada.

Nous tenions tous pour acquis au moment des négociations que l'aide du gouvernement fédéral ne changerait pas au cours de cette période de trois ans, sur laquelle nous nous étions entendus. Dans ce contexte, nous avons accepté des hausses de tarif postal



normally have accepted. For instance, as of January 1, 2004, our postal rates are going up 12 per cent. That is to mail our magazines to our subscribers. Had we known that within the time-frame of the three-year agreement, Heritage Canada would have withdrawn a large part of its support, we would not have negotiated the same way.

The result of this is that a number of magazine publishers in Canada do not enjoy high profitability margins. Oftentimes, the subsidy they get through the Postal Assistance Program is equivalent to the profit they make. A gradual erosion of profitability will happen as a result, the consequence of which has not been studied or analyzed.

We recommended both to the senior officials at Heritage Canada and to the minister's political staff that we take time to study the implications of modifying the PAP before we made the decision. Unfortunately, our point of view did not prevail, with the consequence today that I am sure that within the next several years, some Canadian publishers will not be able to sustain the competition to which I have referred. That is one element.

The other element that is important to us is predictable rules. The rules of the game must not change on a short-term basis.

**Senator Graham:** You say that Transcontinental emphasizes print media, and it wants to offer advertisers complete coverage from highly targeted local promotion to national advertising, in both official languages, coast to coast.

Given your desire and your attempts to provide complete coverage to advertisers have you ever considered getting into the broadcast area of communications?

**Mr. Préfontaine:** Senator, you have touched on a sensitive point. The answer is "yes," we have looked at it and we have made the decision not to get into that area of communications. The decision stems in part from the fact that our corporate owner is one of Canada's largest printers, in fact, the second largest printer. There is a love affair with the printed product, especially when we print it ourselves.

We have developed a different convergence model, if that is what you are referring to, where we have three core capabilities; printing, publishing, and door-to-door distribution of advertising material being the third.

We believe that we can leverage these core capabilities into packages that are attractive and effective for Canadian advertisers. It helped us resist the temptation to enter the fray when broadcasters came up for sale, whether they were television or radio.

**Senator Day:** I want to confirm your answer to Senator Graham's question about why you have not chosen to go into broadcasting.

supérieures à celles que nous aurions normalement acceptées. Par exemple, à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2004, les tarifs postaux pour les magazines destinés à nos abonnés augmenteront de 12 p. 100. Si nous avions su qu'au cours de cette période de trois ans visée par l'entente, Patrimoine Canada retirerait une grande partie de son appui, nous n'aurions pas négocié de la même façon.

Par conséquent, certains éditeurs de magazines au Canada n'ont pas une marge de profit très élevée. Souvent, la subvention qu'ils obtiennent grâce au Programme d'aide aux publications est l'équivalent des profits qu'ils font. Une érosion graduelle de la rentabilité en résultera, conséquence qui n'a été ni étudiée, ni analysée.

Nous avons recommandé aux hauts fonctionnaires de Patrimoine Canada et aux membres du personnel du cabinet de la ministre de prendre le temps d'étudier les conséquences d'une modification du Programme d'aide aux publications, avant de prendre la décision. Malheureusement, notre point de vue n'a pas été pris en compte, et je suis certain qu'au cours des prochaines années, certains éditeurs canadiens ne pourront soutenir la concurrence dont j'ai parlé. C'est là un élément.

L'autre élément important pour nous est d'avoir des règles prévisibles. Les règles du jeu ne doivent pas changer à court terme.

**Le sénateur Graham:** Vous dites que Transcontinental met l'accent sur les médias écrits et veut offrir aux publicitaires une couverture complète à partir de la promotion locale ciblée jusqu'à la publicité nationale, dans les deux langues officielles, d'un océan à l'autre.

Étant donné que vous souhaitez et que vous tentez d'offrir une couverture complète aux publicitaires, avez-vous déjà envisagé la possibilité pour vous d'entrer dans le secteur de la radiodiffusion?

**M. Préfontaine:** Sénateur, vous avez touché un point sensible. La réponse est oui, nous avons examiné cette possibilité mais nous avons décidé de ne pas toucher à ce domaine des communications. Cette décision découle en partie du fait que le propriétaire de notre entreprise est l'un des principaux imprimeurs au Canada, en fait le deuxième en importance. Nous avons donc un faible pour la presse écrite, particulièrement du fait que nous sommes notre propre imprimeur.

Nous avons développé un modèle de convergence différent, si c'est ce dont vous voulez parler, selon lequel nous avons trois principales capacités: l'impression, l'édition et la distribution porte à porte de matériel publicitaire.

Nous sommes d'avis que nous pouvons miser sur ces capacités de base pour offrir un produit intéressant et efficace aux annonceurs canadiens. Cela nous a aidés à résister à la tentation d'entrer dans la course lorsque les entreprises de radiodiffusion étaient à vendre, que ce soit la télévision ou la radio.

**Le sénateur Day:** Je voudrais confirmer votre réponse à la question du sénateur Graham lorsqu'il vous a demandé pourquoi vous n'avez pas choisi la radiodiffusion.

Was your decision based on commercial and ownership reasons rather than the belief that convergence would not be good for the Canadian public?

**Mr. Préfontaine:** That is a huge debate, senator. It has been our belief and we have been on the record as saying that we believe the convergence model, as exemplified by the AOL-Time Warner merger, would not work. We have been on record for a number of years, to say that this was is not a model we believed to be viable in the long term.

**Senator Day:** Is that viable from a business point of view?

**Mr. Préfontaine:** Yes.

**Senator Spivak:** Apart from the postal subsidy, which I understand, what else are you talking about when you refer to a structured approach that allows you to develop long-term business plans?

**Mr. Préfontaine:** We believe that the current regulatory framework, whether through the CRTC that reviews requests for new licences or licence renewals, and also at the time of renewal looks at whether the broadcasters own publications or newspapers and the Competition Bureau, offers sufficient protection to the Canadian public at this time. This is a framework with which our industry is familiar; it is one that it accepts, supports and respects.

Any modification to that framework would change the fundamental rules under which we operate. For instance, the CanWest acquisition of the 12 newspapers was a \$265-million acquisition, the largest in our history, however it is modest in comparison to some of the larger transactions that have taken place in Canada over the last two or three years. These transactions went forth under some basic rules. I am not sure that, should the rules change, the reality of the marketplace would not change at the same time.

I am of the view that the current model serves us correctly. It has proven itself, and it should not be changed lightly.

**Senator Spivak:** You are happy with the current rule. However, in some instances, in Canada, I think across the west, there are no competitive newspapers, no dailies. There is really just one daily. I do not know how you feel about that as far as the public interest is concerned.

**Mr. Préfontaine:** I will have to adjust my answer.

**Senator Spivak:** I must add that these publications have just one owner.

**Mr. Préfontaine:** There are a number of newspaper owners in the Prairies and B.C. CanWest, Sun Media, and Black Press are active in those markets. Horizon is active in Southern Alberta, and Sterling Newspapers is active in central British Columbia. We are active in British Columbia and Manitoba. There are a number of players, although some of them are more active than others.

Avez-vous pris cette décision pour des raisons commerciales et de propriété ou bien parce qu'à votre avis la convergence n'est pas une bonne chose pour les Canadiens?

**M. Préfontaine:** C'est un énorme débat, sénateur. Nous sommes d'avis — et nous l'avons déclaré publiquement — que le modèle de convergence, par exemple la fusion AOL-Time Warner, ne peut fonctionner. Depuis des années nous disons que ce n'est pas un modèle qui à notre avis peut être viable à long terme.

**Le sénateur Day:** Est-ce un modèle viable du point de vue des affaires?

**M. Préfontaine:** Oui.

**Le sénateur Spivak:** À part la subvention postale, que je comprends, de quoi d'autre voulez-vous parler lorsque vous faites allusion à une approche structurée qui vous permette d'élaborer des plans d'affaires à long terme?

**M. Préfontaine:** Nous croyons que le cadre de réglementation actuel, qu'il s'agisse du CRTC qui examine les demandes de nouvelles licences ou de renouvellement des licences, et qui examine aussi au moment du renouvellement si les radiodiffuseurs sont propriétaires de publications ou de journaux, et du Bureau de la concurrence, offre une protection suffisante aux Canadiens à ce moment-ci. C'est un cadre de réglementation que connaît bien notre industrie; c'est un cadre de réglementation que nous acceptons, que nous appuyons et que nous respectons.

Toute modification à ce cadre changerait les règles fondamentales selon lesquelles nous fonctionnons. Par exemple, l'acquisition par CanWest de 12 journaux a totalisé 265 millions de dollars, la plus importante de toute notre histoire, même si cela est modeste par rapport à certaines transactions plus importantes qui se sont faites au Canada au cours des deux ou trois dernières années. Ces transactions ont été faites selon certaines règles de base. Je ne suis pas certain que si les règles changeaient, la réalité du marché ne changerait pas en même temps.

Je suis d'avis que le modèle actuel nous convient tout à fait. Il a fait ses preuves, et il ne devrait pas être changé à la légère.

**Le sénateur Spivak:** Vous êtes satisfait de la règle actuelle. Cependant, dans certains cas, au Canada, je pense dans l'Ouest, il n'y a pas de concurrence au niveau des journaux, des quotidiens. Il n'existe qu'un seul quotidien. Je ne sais pas ce que vous en pensez si on prend en compte l'intérêt public.

**M. Préfontaine:** Je devrai modifier ma réponse.

**Le sénateur Spivak:** Je dois ajouter que ces publications n'ont qu'un seul propriétaire.

**M. Préfontaine:** Il y a un certain nombre de propriétaires de journaux dans les Prairies et en Colombie-Britannique. CanWest, Sun Media et Black Press sont actifs sur ces marchés. Horizon est actif dans le sud de l'Alberta et Sterling Newspapers dans le centre de la Colombie-Britannique. Nous sommes actifs en Colombie-Britannique et au Manitoba. Il y a un certain nombre de joueurs, bien que certains d'entre eux soient plus actifs que d'autres.



The view that some regions or urban centres would have only one newspaper stems, in my judgment, more from the capacity of these markets to support one or more newspapers, rather than the fact that no one is willing to enter into that market.

I know the principals of all of the companies I have mentioned, and most of them are extremely aggressive in a competitive sense. If there were an opportunity in any of those markets to develop an alternate publication, daily or weekly, they would do so. On occasion, they have done so. Across the lower mainland of British Columbia Black Press competes against Lower Mainland Publishing. They are also active in the rest of B.C. When there is an opportunity to build a franchise, these players do not hesitate.

**Senator Spivak:** In terms of public policy, do you think we are about just right except for this postal subsidy?

**Mr. Préfontaine:** In terms of public policy, the Canadian public, at this moment is well served by the policy infrastructure. As I said, the changes to the Postal Assistance Program and the Canadian Magazine Fund are regrettable. The changes will have long-term impacts on the Canadian magazine industry that are not foreseen and that have not been analyzed.

If you look at the different components of the media sector, only the magazine and the newspaper industry still focus on Canadian content.

I have children that listen to music, and I dare say that only a minority of that music is Canadian in origin. They watch television programs and many of them come from south of the border.

The current policy infrastructure has fostered a strong Canadian magazine industry and a strong Canadian newspaper industry, whether daily or weekly. We should be careful how we handle that infrastructure.

**Senator Spivak:** How important do you think the news outlets are, the magazine racks?

For example, in the airport, I have noticed that there are few Canadian magazines. Even the ones they give out on the plane are all American; there is not one Canadian magazine.

Do you think that this is an area where public policy could help change that situation?

**Mr. Préfontaine:** Yes. I will suggest a way that this could be done. There has been great debate on the fact that magazines were able to benefit from the Canadian Magazine Fund after the adoption of Bill C-55. Under the regulations that accompanied the bill, the funds had to be targeted strictly towards editorial operations. The rationale behind that was that it would improve Canadian content, and that better Canadian content would attract more Canadian readers. It created a positive dynamic. However, the Canadian content before that time was not that bad. If you look at subscription-based distribution, Canadian

Le point de vue selon lequel certaines régions ou certains centres urbains ne devraient avoir qu'un seul journal découle, à mon avis, davantage de la capacité de ces marchés d'absorber plus d'un journal, plutôt que du fait qu'il n'y a qu'un joueur qui est prêt à entrer sur ce marché.

Je connais les dirigeants de toutes les entreprises que j'ai mentionnées, et la plupart d'entre elles sont extrêmement compétitives. S'il y avait une possibilité de publier un autre quotidien ou un autre hebdomadaire sur ces marchés, ils le feraient. À l'occasion, ils l'ont fait. Dans les basses terres du Fraser en Colombie-Britannique, Black Press est en concurrence avec Lower Mainland Publishing. Ils sont également actifs dans le reste de la Colombie-Britannique. Lorsqu'il y a possibilité de mettre en place une franchise, ces joueurs n'ont aucune hésitation à le faire.

**Le sénateur Spivak:** Pour ce qui est de la politique publique, croyez-vous que nous sommes sur la bonne route, à l'exception de cette subvention postale?

**M. Préfontaine:** Pour ce qui est de la politique publique, le public canadien pour l'instant est bien servi par le cadre stratégique en place. Comme je l'ai dit, les changements au Programme d'aide aux publications et au Fonds du Canada pour les magazines sont regrettables. Ces changements auront des répercussions à long terme sur l'industrie canadienne des magazines, qu'il est impossible de prévoir et qui n'ont pas été analysées.

Si vous examinez les différents éléments du secteur des médias, seule l'industrie des magazines et des journaux continue de mettre l'accent sur le contenu canadien.

J'ai des enfants qui écoutent de la musique, et j'ose dire que seule une fraction de la musique qu'ils écoutent est canadienne. Ils regardent des émissions de télévision dont un grand nombre proviennent du sud de la frontière.

Le cadre stratégique actuel a favorisé une industrie canadienne solide des magazines et de la presse, qu'il s'agisse de quotidiens ou d'hebdomadaires. Nous devrions donc traiter ce cadre avec prudence.

**Le sénateur Spivak:** Quelle est l'importance à votre avis des magasins de journaux et de revues des kiosques?

Par exemple, à l'aéroport j'ai constaté qu'il y a peu de magazines canadiens. Même ceux qu'on vous remet dans l'avion sont américains; il n'y a pas un seul magazine canadien.

À votre avis, la politique publique pourrait-elle contribuer à modifier cette situation?

**M. Préfontaine:** Oui. Je vous proposerai une façon de le faire. On a beaucoup débattu du fait que suite à l'adoption du projet de loi C-55, les magazines pouvaient bénéficier du Fonds du Canada pour les magazines. Selon les règlements qui accompagnaient le projet de loi, les fonds devaient servir strictement aux activités rédactionnelles. On parlait en effet du principe que cela améliorerait le contenu canadien, et qu'un meilleur contenu canadien attirerait un plus grand nombre de lecteurs canadiens. Cela a créé une dynamique positive. Cependant, le contenu canadien avant cette époque était assez bon. Si on examine le



magazine publishers have won that war. On the newsstand side, we have lost it; 95 per cent of magazines sold in newsstands are American.

Colleagues and I have recommended to Heritage Canada that we be given the flexibility to direct some of the funds allocated under the Canadian Magazine Fund to newsstand distribution, to expand our position in the newsstand, and to build promotion around the value of Canadian magazines, in opposition to American magazines.

There is something insidious in what is going on because 50 per cent of magazines that are sold are American. The book is this thick. It portrays an image of what a magazine should be and what it should cost.

Most magazines sold in Canadian newsstands are sold below the price you would pay for them if you were in the U.S. I could provide a list of them to the committee. We have supplied that list to Heritage Canada on a number of occasions. Systematically, American publishers under price their magazines. Sometimes their magazines are sold in Canada for less than the price it costs to print them.

If this were wheat or steel sales, it would be called "dumping." We are victims of "cultural dumping" through the newsstand distribution process.

Is it not a worthwhile policy objective that we fight back?

Canadian magazine publishers are willing to do that, but we are not asking for supplementary dollars. We are asking for a bit more flexibility in using the dollars you already allocate to us.

**Senator Spivak:** It is sort of like Coke and Pepsi price war.

**Mr. Préfontaine:** The issue is that Canadians produce Coke and Americans produce Pepsi. We want to put a big maple leaf on the Coke can.

**Senator Merchant:** This last bit of information is of interest to me because the America magazines to which I subscribe are not usually cheaper, although there may be one or two. That would be useful information.

**Mr. Préfontaine:** Senator, you would be wiser to buy them at the newsstand than subscribe to them.

**The Acting Chairman:** I will accept your invitation to supply that information to the clerk of our committee.

**Mr. Préfontaine:** I will gladly do so.

**Senator Merchant:** I am interested in the Saskatchewan dailies. It is very important, when possible, to have local people writing our stories because they are our neighbours and know what is important to us. Without being less factual or of less quality, the way they present the information it is different from when we see a story on the same issue in a big newspaper like the *National Post*

tirage en fonction des abonnements, les éditeurs de magazines canadiens ont gagné cette guerre-là. Nous l'avons toutefois perdue en ce qui concerne les kiosques à journaux; 95 p. 100 des magazines vendus dans les kiosques à journaux sont américains.

Mes collègues et moi-même avons recommandé à Patrimoine canadien de nous accorder la marge de manœuvre nécessaire pour affecter certains des fonds attribués dans le cadre du Fonds du Canada pour les magazines à la distribution dans les kiosques à journaux, pour élargir notre présence dans les kiosques à journaux, et pour promouvoir la valeur des magazines canadiens, par opposition aux magazines américains.

La situation a quelque chose d'insidieux parce que 50 p. 100 des magazines vendus sont américains. Il y a tout un livre qui décrit à quoi devrait ressembler un magazine et ce qu'il devrait coûter.

La plupart des magazines vendus dans les kiosques à journaux canadiens sont vendus à un prix inférieur à ce qu'ils coûtent aux États-Unis. Je pourrais en fournir une liste au comité. Nous avons remis cette liste à Patrimoine canadien à plusieurs reprises. Les éditeurs américains fixent systématiquement le prix de leur magazine à un niveau trop bas. Parfois, le prix des magazines qu'ils vendent au Canada est inférieur à leur coût d'impression.

S'il s'agissait de blé ou d'acier, on parlerait de «dumping». Nous sommes victimes d'un «dumping culturel» qui se pratique au niveau de la distribution dans les kiosques à journaux.

Ne vaut-il pas la peine que nous nous défendions?

Les éditeurs de magazines canadiens sont disposés à le faire, mais nous ne demandons pas de fonds supplémentaires à cette fin. Nous demandons qu'on nous accorde un peu plus de souplesse dans l'utilisation des sommes que vous nous attribuez déjà.

**Le sénateur Spivak:** C'est un peu comme la guerre des prix que se livrent Coke et Pepsi.

**M. Préfontaine:** Le problème, c'est que les Canadiens produisent du Coke et les Américains produisent du Pepsi. Nous voulons apposer une grosse feuille d'érable sur la bouteille de Coke.

**Le sénateur Merchant:** Ce dernier élément d'information m'intéresse parce que les magazines américains auxquels je suis abonné ne sont pas vraiment meilleur marché, à l'exception peut-être de un ou deux. Ce seraient des renseignements utiles.

**M. Préfontaine:** Sénateur, il serait préférable que vous les achetiez à un kiosque à journaux plutôt que de vous y abonner.

**Le président intérimaire:** J'accepterai votre invitation à fournir cette information au greffier de notre comité.

**M. Préfontaine:** Avec plaisir.

**Le sénateur Merchant:** Je m'intéresse aux quotidiens de la Saskatchewan. Il est très important, lorsque cela est possible, que des gens de la localité écrivent nos histoires, parce que ce sont nos voisins et ils savent ce que nous considérons important. Sans que cette information soit moins factuelle ou de moindre qualité, la façon dont ils la présentent diffère de la façon dont est présenté un

or *The Globe and Mail*. It is important for our stories to be told by our own neighbours because they know the places, the names and the people.

It is also important to have readers. Is the *Moose Jaw Times Herald*, for example, sold only to people in Moose Jaw and the surrounding area?

Do people from Regina, for example, buy that paper?

**Mr. Préfontaine:** It has a very limited distribution in Regina, but when we talk about Moose Jaw we are referring to the general area. Some of our papers are distributed across 100 square miles. Swift Current is another example.

**Senator Merchant:** Sometimes there is very little information in these papers, and perhaps it is because you can get news in so many different ways. There are lot of ads in them because local merchants want to sell their products, but there is not that much information. Sometimes even the Regina paper has only six pages.

Do newspapers in smaller places have trouble getting enough news that is of interest and is not in the bigger newspapers?

**Mr. Préfontaine:** You have touched upon many elements that we deal with in publishing daily newspapers in small non-urban markets.

In the *Regina Leader Post*, for example, there will be two or three pages of local news and the rest will be national and international news. The Prince Albert paper has strictly local news. It contains very little national, international or business news, and that is done on purpose.

The difference between metro newspapers and non-urban dailies is that local newspapers have local content. The news that is in the Prince Albert daily paper is not available anywhere else. There is no television station or radio station to provide it, the only paper. It is like the diary of the community. If we do not do it, no one else does, and that ensures the success of the paper.

Over all, if you look at North American trends, and Canada is no exception, local newspapers have been able to sustain readership much better than large metro dailies, because they are relevant to the lives of their readers and, more often than not, it is what we call in our business "news you can use." It touches upon people's lives and helps them to be better citizens, better members of their communities, and to be informed of what is going on around them.

article sur la même question dans un journal à grand tirage comme le *National Post* ou le *Globe and Mail*. Il est important que nos histoires soient relatées par nos propres voisins parce qu'ils connaissent les lieux, les noms et les gens.

Il est aussi important d'avoir des lecteurs. Par exemple, le *Moose Jaw Times Herald* est-il vendu uniquement à la population de Moose Jaw et des environs?

Est-ce que la population de Regina, par exemple, achète ce journal?

**M. Préfontaine:** Il a un tirage très limité à Regina, mais lorsque nous parlons de Moose Jaw, nous parlons de la région dans son ensemble. Certains de nos journaux sont distribués sur un territoire de 100 milles carrés. Swift Current en est un autre exemple.

**Le sénateur Merchant:** Parfois ces journaux renferment très peu d'information, et c'est peut-être parce que l'on peut être informé de bien des façons. Ils renferment beaucoup d'annonces parce que les marchands du coin veulent vendre leurs produits, mais ils ne renferment pas beaucoup d'information. Parfois même le journal de Regina ne compte que six pages.

Les journaux des petites localités ont-ils de la difficulté à obtenir suffisamment de nouvelles intéressantes qui ne se trouvent pas dans les journaux à grand tirage?

**M. Préfontaine:** Vous venez d'aborder un grand nombre d'éléments auxquels nous faisons face dans le cadre de la publication de quotidiens sur de petits marchés non urbains.

Dans le *Regina Leader Post*, par exemple, vous trouverez deux ou trois pages de nouvelles locales et le reste se composera de nouvelles nationales et internationales. Le journal de Prince Albert ne publie que des nouvelles locales. Il renferme très peu d'information nationale, internationale ou d'affaires, et il s'agit d'une décision délibérée.

La différence entre les journaux métropolitains et les quotidiens non urbains, c'est que les journaux locaux ont du contenu local. Les nouvelles qui se trouvent dans le quotidien de Prince Albert ne sont publiées nulle part ailleurs. Il n'y a pas de station de télévision ou de radio pour fournir ce genre d'information, seulement le journal. C'est le journal de la collectivité. Si nous ne le faisons pas, personne d'autre ne le fait, et cela assure le succès du journal.

Dans l'ensemble, si vous examinez les tendances nord-américaines, et le Canada n'y fait pas exception, les journaux locaux ont beaucoup mieux réussi à conserver le même nombre de lecteurs que les grands quotidiens métropolitains, parce qu'ils sont proches des réalités quotidiennes de leurs lecteurs, et dans la majorité des cas, il s'agit de nouvelles qui ont des répercussions sur la vie des gens, qui les aident à être de meilleurs citoyens, de meilleurs membres de leur collectivité et à être au courant de ce qui se passe autour d'eux.

**Senator Merchant:** Would you put these newspapers in schools free of charge? You must have an older readership. How do you instil pride of community and country in young people? Do you think it could be done through the classroom? Do you encourage programs like that?

**Mr. Préfontaine:** We have a program called "Newspapers in Education." We partner with schools to offer newspapers with a guide for the teacher on how to read them, explaining why is it important to read certain portions of the papers and what it brings to citizens.

A fine example of this is not in Saskatchewan but in Cape Breton. The editor of the paper there felt so strongly about the "Newspapers in Education" program that on his own he got sponsors in the community to pay for it.

**Senator Merchant:** That would be very worthwhile because I do not see younger people reading the newspapers. Maybe the local newspapers are interested in the macro element of news rather than focusing on their own.

**Mr. Préfontaine:** That is correct.

[Translation]

**Senator Day:** We talked about the dumping issue. Could you give us some figures? Have there been any court cases on this yet?

**Mr. Préfontaine:** No. Following Canada's defeat at the World Trade Organization, which led to Bill C-55, which changed the levels of foreign ownership for magazines in this country, the government has lost its enthusiasm for this issue.

We are relatively new to the publishing business. In 1997, our revenues were only \$66 million, but we learned quickly. We learned that the Americans dominate the newsstands. In order to succeed, as we develop, we will have to be able to sell our magazines on newsstands. Let me explain why.

I spoke earlier about the increase in postal rates. Mailing costs are only one part of the postal cost of magazines. I am sure you subscribe to some magazines, and have noticed that several months before your subscription expires, you start getting cards telling you it is time to renew your subscription. We even have "early bird" reminders. We do that seven times for each subscriber before the subscription runs out.

**Senator Day:** Even if I pay up right away, I continue getting the cards. I have noticed that.

**Le sénateur Merchant:** Pourriez-vous offrir ces journaux dans les écoles gratuitement? Vous devez avoir des lecteurs plus âgés. Comment faites-vous pour encourager les jeunes à être fiers de leur collectivité et de leur pays? Croyez-vous que cela pourrait se faire en classe? Encouragez-vous des programmes de ce genre?

**M. Préfontaine:** Nous avons un programme dont le titre est «Newspapers in Education», dans le cadre duquel nous établissons un partenariat avec des écoles pour leur offrir des journaux accompagnés d'un guide à l'intention de l'enseignant sur la façon de les lire, en expliquant pourquoi il est important de lire certaines parties du journal et ce qu'apporte ce journal aux citoyens.

Il y en a un remarquable exemple non pas en Saskatchewan mais au Cap-Breton. Le rédacteur en chef du journal était tellement convaincu de l'utilité du programme «Newspapers in Education», qu'il a de lui-même recruté des membres de la collectivité pour payer le programme.

**Le sénateur Merchant:** Ce serait une initiative très utile parce que j'ai l'impression que les jeunes ne lisent pas les journaux. Les journaux locaux s'intéressent peut-être au macroélément des nouvelles plutôt qu'à mettre l'accent sur les nouvelles de leur localité.

**M. Préfontaine:** C'est exact.

[Français]

**Le sénateur Day:** Nous avons discuté de l'affaire du dumping. Vous serait-il possible de nous donner des chiffres? Y a-t-il eu des poursuites dans ce domaine jusqu'à présent?

**M. Préfontaine:** Non. À la suite de la défaite du Canada devant l'Organisation mondiale du commerce, qui a mené à la rédaction du projet de loi C-55 et qui a modifié les niveaux de propriété étrangère pour les magazines au pays, le gouvernement a perdu son enthousiasme pour ce domaine.

Nous sommes relativement nouveaux dans le domaine de l'édition. En 1997, nos revenus étaient seulement de 66 millions de dollars, mais nous avons appris vite. Nous avons appris que les Américains dominent les kiosques. Pour réussir, au fur et à mesure que nous allons nous développer, nous devons être capables de vendre nos magazines en kiosque. Je vous explique pourquoi.

Je vous ai parlé, tout à l'heure, de l'augmentation des frais d'envois postaux. La mise à la poste n'est qu'un élément des coûts postaux des magazines. Vous êtes sûrement abonné à certains magazines et, plusieurs mois avant la fin de votre abonnement, vous commencez à recevoir des cartons qui vous signalent de renouveler votre abonnement. Nous envoyons même des rappels que l'on nomme «early bird». Nous faisons cela environ sept fois par abonné avant la fin de l'abonnement.

**Le sénateur Day:** Même si j'ai payé tout de suite, cela continue. J'ai vu cela.



**Mr. Préfontaine:** I hope that was not one of our magazines. The cost of mailing these cards is increasing, as is the cost of renewing the subscription. It is therefore less and less cost-effective to use the mail.

Consequently, at some point, we will have no choice, we will have to rely on single copy sales on newsstands increasingly as a way of selling our publications.

**Senator Day:** What are we going to do if 95 per cent of the market is taken up by foreign publishers such as Hearst, Conde Nast, Time-Warner.

**Mr. Préfontaine:** Transcontinental is a big player in the Canadian market and a very small player on the North American and world markets. When American publishers come to Canada and buy up locations at the cash using American dollars, they see Canada as an American State. I am very serious about this.

Canada is automatically included as a State in the circulation development plan of American publishers. We must restore some balance to this situation. We must be able to develop a credible presence on newsstands.

**Senator Day:** My next question is on the concentration of the media. We started talking about this a little earlier. You have a Web site. What do you mean by the quote "Internet solution"?

**Mr. Préfontaine:** I mean a presence on the Internet. Our magazines are available on the Internet and we operate women's portals, as well as a business portal in Quebec. Each portal costs hundreds of thousands of dollars, and collectively those expenses add up to millions of dollars. No one has yet found the right way of making money through Internet publishings. We know that we have to be there, but it represents an additional drain on the resources of Canadian publishers.

As things now stand, Canadian publishers must focus some of their resources to ensure an Internet presence, and gradually experiment with Internet solutions to come up with a profitable distribution model. But it is a question of size — if they are not large enough, few magazine or newspaper publishers have the ability to ensure an acceptable Internet presence while maintaining the quality of their publications.

**Senator Day:** So you are talking about electronic aggregation of news and business information. Do you obtain your information from newspapers and weeklies? Do you have journalists working only for the Internet?

**Mr. Préfontaine:** Some of our portals, like "lesaffaires.com" and "mokasofa.ca" have journalists assigned only to Internet work. In other cases, the Web site is part of normal editing room operations. Content is provided by newspaper and magazine journalists.

**M. Préfontaine:** J'espère que ce n'était pas un de nos magazines. Le coût d'envoi, de ces cartons, augmente et celui du renouvellement aussi. Il est donc de moins en moins rentable d'utiliser la poste.

Conséquemment, à un moment donné, nous n'aurons plus le choix et il nous faudra utiliser les kiosques, «single copy sales», comme une façon de plus en plus importante de vendre nos publications.

**Le sénateur Day:** Comment allons-nous faire si 95 p. 100 du marché est occupé par des éditeurs étrangers tels que Hearst, Conde Nast, Time-Warner.

**M. Préfontaine:** Transcontinental est un gros joueur sur le marché canadien et un très petit joueur sur le marché nord-américain et mondial. Lorsque les éditeurs américains entrent au Canada et qu'ils achètent des positions aux caisses avec des dollars américains, ils considèrent le Canada comme un État américain. Je suis très sérieux.

Dans les plans de développement de tirage des éditeurs américains, le Canada est automatiquement inclus comme un État. Il faut rétablir un certain équilibre des forces. Il faut être capable de développer une présence crédible dans les kiosques.

**Le sénateur Day:** Ma prochaine question concerne la concentration de médias. Nous avons commencé à en discuter tout à l'heure. Vous avez un site Internet. Que voulez-vous dire avec l'expression «solution Internet»?

**M. Préfontaine:** C'est une présence sur Internet. Nos magazines sont présents sur Internet et nous opérons des portails féminins ainsi qu'un portail d'affaires au Québec. Ces portails coûtent des centaines de milliers de dollars individuellement et collectivement nous faisons face à des dépenses de millions de dollars. Il n'y a personne encore qui a trouvé la bonne façon de faire de l'argent en publiant sur Internet. Nous savons tous que nous devons être là. Toutefois c'est un drain supplémentaire sur les ressources des éditeurs canadiens.

Dans le contexte actuel, les éditeurs canadiens doivent concentrer certaines de leurs ressources pour être présents et expérimenter, au fur et à mesure, les solutions qui sont trouvées sur Internet pour en faire un mode de diffusion rentable. Sans la taille appropriée, peu d'éditeurs de magazines ou de journaux ont la capacité de le faire d'une façon acceptable tout en gardant la qualité.

**Le sénateur Day:** C'est donc l'agrégation électronique des contenus d'actualités et d'affaires. Est-ce votre information des journaux et des hebdomadaires? Avez-vous aussi des journalistes qui travaillent seulement pour Internet?

**M. Préfontaine:** Certains de nos portails comme «lesaffaires.com», «mokasofa.ca» ont des journalistes affectés strictement au volet Internet. Dans d'autres cas, le site Internet est intégré aux opérations normales de la salle de rédaction. Ce sont les journalistes des journaux ou des magazines qui alimentent le site.

**Senator Day:** Is the aggregation solely your intellectual property, or do you have a licence agreement with other companies?

**Mr. Préfontaine:** Some of our publications also subscribe to the Canadian Press service, and enrich their content with Canadian Press articles. Generally, however, the content of our Web site is generated almost completely through our own means.

**Senator Day:** You talked about the Web site “mokasofa.ca.” do you have a magazine with the same title?

**Mr. Préfontaine:** No. “mokasofa.ca” is a trade-mark based on the “Internet newsstand” concept. The site “mokasofa.ca” provides access to all our titles. On the English site, you can access a number of magazines, including *Canadian Living*, *Style at Home* and *Home Makers*. The French site provides access to our French-language magazines.

**Senator Day:** You also have a Web site called “voisin.net” which hosts non-profit organizations. Does it generate any profit for you?

**Mr. Préfontaine:** None of our sites is profitable. We must make it clear to the committee that no Canadian publishers make money on the Internet — neither Rogers, nor New, nor CanWest, nor Sun Media. We are really at the experimental stage of this whole enterprise. Even huge U.S. sites do not make money, except for massive portals like Yahoo and Google. We are investing in a future that we cannot clearly see yet.

**Senator Day:** We have also talked about convergence. Are you against the concept of convergence in newspapers, television and the Internet? From a conceptual standpoint, do you have a problem with convergence?

**Mr. Préfontaine:** From a conceptual standpoint, I do not see a problem. I worked for Canadian Press well before the term “convergence” was invented. There was a Canadian Press subsidiary called Broadcast/News. Journalists working for Broadcast/News, Canadian Press/Presse canadienne, news, television and radio — all working for the French-language sector — called themselves dual-function journalists. We covered news for the news wire, and were occasionally asked to write news bulletins for the radio, or to go out directly on the air. That was a kind of convergence. It enriched the quality of information provided by Canadian Press to its affiliates and to its radio and television clients.

Some employees could do this because they were comfortable with it, but others were less comfortable. We see the same thing today. Will the model of having a single newsroom for journalists who do all sorts of things — sometimes they are on the radio, sometimes they are on television, sometimes they write articles — work? My answer to that is no.

I am a career journalist. When I was 19, I started with the *Sherbrooke Tribune*. I spent my whole life in newspapers. When I worked at Canadian Press, I managed the television side as well as the news wire. I can tell you that being a good television journalist

**Le sénateur Day:** L'agrégation est-elle seulement votre propriété intellectuelle ou avez-vous une licence de convention avec les autres compagnies?

**M. Préfontaine:** Certains de nos titres sont abonnés également au service de la presse canadienne et enrichissent leur contenu de dépêches provenant de cette presse. En général, le contenu de nos sites Internet est produit presque à 100 p. 100 par nos propres moyens.

**Le sénateur Day:** Vous avez mentionné le site Internet «mokasofa.ca», avez-vous un magazine qui porte le même nom?

**M. Préfontaine:** Non, c'est une marque de commerce qui agit selon le concept «Internet Newstand». Dans «mokasofa.ca» vous retrouvez tous nos titres. Sur le site «mokasofa.ca» anglais, vous retrouvez les magazines: *Canadian Living*, *Style at Home*, *Home Makers*, sur le site français, vous retrouver nos magazines francophones.

**Le sénateur Day:** Vous avez aussi le site «voisin.net» qui est un site hôte pour les organismes à but non lucratif. Est-ce lucratif pour vous?

**M. Préfontaine:** Aucun de nos sites est lucratif. C'est important de souligner au comité de prendre conscience du fait qu'il n'y a pas d'éditeurs canadiens qui font de l'argent sur Internet: ni Rogers, ni New, ni CanWest, ni Sun Média. Nous sommes vraiment en phase expérimentale. Même les grands sites américains, outre les grands portails comme Yahoo, Google, ne font pas d'argent. C'est un investissement dans un avenir que nous ne connaissons pas.

**Le sénateur Day:** Finalement, nous avons parlé convergence. Conceptuellement, êtes-vous contre l'idée de concentration dans le domaine des journaux, de la télévision et Internet? Voyez-vous un problème avec la convergence?

**M. Préfontaine:** Conceptuellement, je ne vois pas de problème. Bien avant que le mot «convergence» ait été inventé, je travaillais pour la Presse canadienne. Elle avait une filiale qui s'appelait Broadcast/News. Les journalistes de Broadcast/News, ceux de Canadian Press et la Presse canadienne, nouvelles, télévision et radio, qui était la version française, faisaient ce que nous appelions du «dual fonction». Nous couvrions l'actualité pour le fil de presse et, à l'occasion, l'on nous demandait d'écrire un bulletin de nouvelles pour la radio ou d'aller en ondes directement. C'était donc une formule de convergence. Cela enrichissait la qualité de l'information fournit par Canadian Press, la Presse canadienne, à ses sociétaires et à ses clients radiodiffuseurs et télédiffuseurs.

Il était possible pour certains employés de le faire parce qu'ils étaient confortables mais, d'autres l'étaient moins. C'est la même chose de nos jours. La formule où vous aurez une seule salle de rédaction pour des journalistes qui iront parfois à la radio, parfois à la télévision, parfois devront écrire un texte, fonctionnera-t-elle? Je vous réponds: non.

Je suis un journaliste de carrière. J'ai commencé à dix-neuf ans à la *Tribune* de Sherbrooke. J'ai passé toute ma vie dans les journaux. Lorsque je travaillais à la Presse canadienne, je gérais autant le côté télévision que celui du fil de presse. Je peux dire que



requires special talent. It is more difficult than being a good radio journalist, and different from being a good print journalist. Sometimes, journalists can build synergy between two or three of these functions, but not always. The journalist-do-all model generates many reservations, and has not been tried on a large scale. In Canada and North America in general, there may be some pilot projects here and there, but the model is not being tested extensively.

The real circumstances involved in collecting and distributing information will mean that this model is not likely to be widespread.

**The Acting Chair:** I note that you own the Bathurst newspaper?

**Mr. Préfontaine:** We used to own it.

**The Acting Chair:** What happened to it?

**Mr. Préfontaine:** We sold it to the Irving Group several months ago. The Bathurst paper was geographically isolated from the other papers we publish in the Atlantic provinces, and it was surrounded by Irving Group properties and was therefore impossible to develop. There was a natural synergy between the Irving Group papers and the Bathurst *Northernlight*. That is why we sold it to Irving.

**The Acting Chair:** That is more than synergy. For all practical purposes, that is a monopoly!

**Mr. Préfontaine:** That may be how you put it. This was an area in which it was almost impossible to develop the newspaper, and this was threatening the newspaper's very existence.

**The Acting Chair:** Nonetheless, it is surprising that you acquired the newspaper when at the outset it had been bought by Hollinger — that is Lord Black — then by Hasper when they bought up a block of Hollinger assets. Why did you buy it when you did?

**Mr. Préfontaine:** We bought all the newspapers owned by CanWest in the Atlantic provinces, which of course include Newfoundland.

**The Acting Chair:** So it was part of a block acquisition, made for reasons not involving local or other interests?

**Mr. Préfontaine:** With the regulations set up for the transaction, we could not buy all newspapers other than the Bathurst paper. Bathurst, one might say, came along for the ride. However, I should point out that Transcontinental is not a company that often divests itself of business units. We do not often sell. We are buyers rather than sellers, and we are long-term operators.

When we sold the Bathurst paper to the Irving Group, we made sure that all our employees in the Atlantic provinces clearly understood that this was the only thing we planned to sell, and in

c'est un talent particulier que d'être un bon journaliste de télévision. C'est un autre niveau d'expertise pour être un bon journaliste à la radio et une autre expertise pour être un bon journaliste à l'écrit. Parfois, certains sont capables de tirer une certaine synergie entre les deux ou les trois mais ce n'est pas constant. Ce modèle est douteux et il n'est pas essayer à grande échelle. Si l'on regarde ce qui se passe au pays ou en Amérique du Nord, il se peut qu'il y ait quelques projets pilotes qui existent à gauche et à droite mais pas ce n'est pas à grande échelle.

La réalité de la collecte de l'information, la dissémination de l'information va faire que ce modèle ne sera pas répandu.

**Le président intérimaire:** Je constate que vous êtes propriétaire du journal de Bathurst?

**M. Préfontaine:** Nous étions propriétaires.

**Le président intérimaire:** Qu'est-il arrivé alors à ce journal?

**M. Préfontaine:** Nous l'avons vendu il y a quelques mois au Groupe Irving. Le journal de Bathurst était isolé géographiquement des autres journaux que nous publions dans les Provinces Atlantiques et entouré par des propriétés du Groupe Irving, donc sans possibilité de le développer. Il y avait une synergie naturelle entre les journaux du Groupe Irving et le *Northernlight* de Bathurst. C'est la raison pour laquelle nous l'avons vendu au Groupe Irving.

**Le président intérimaire:** C'est plus qu'une synergie, c'est, à toutes fins pratiques, un monopole!

**M. Préfontaine:** Ce sont vos paroles. C'était un territoire dans lequel il était pratiquement impossible de développer ce journal et cela rendait l'existence du journal précaire.

**Le président intérimaire:** C'est quand même étonnant que vous ayez acquis ce journal alors qu'au départ il avait été acheté par Hollinger — les intérêts Black —, ensuite les intérêts Hasper, quand ils ont fait l'acquisition d'un bloc de propriétés de Hollinger. Pourquoi l'avez-vous acheté à ce moment-là?

**M. Préfontaine:** Nous avons acheté l'ensemble des journaux qui étaient la propriété du groupe CanWest dans les Provinces Atlantiques, ce qui inclut naturellement Terre-Neuve.

**Le président intérimaire:** Cela faisait donc partie d'une acquisition en bloc, pour des raisons qui n'étaient pas d'intérêt local ou autres?

**M. Préfontaine:** On ne pouvait pas, selon les règles de la transaction, acheter tous les journaux sauf Bathurst. Bathurst venait avec, si on peut dire. Par contre, je tiens à souligner que Transcontinental n'est pas une compagnie qui vend ses unités d'affaires fréquemment. C'est peu fréquent pour nous de vendre. Nous sommes plus des acheteurs que des vendeurs et nous sommes des opérateurs à long terme.

D'ailleurs, quand nous avons effectué la transaction de Bathurst avec le Groupe Irving, nous nous sommes empressés d'indiquer à tous nos employés à travers les provinces Atlantiques



fact we are firmly committed to developing our operations in the other Atlantic provinces.

Senator Graham was in a position to see how true this has been. We invested several million dollars in Halifax to relaunch the *Halifax Daily News*. We moved it downtown, to the core of the community. The paper has new content and a new graphic look. We set up new presses, because I firmly believe that Halifax needed a new voice, a stronger voice. That is why we have made considerable investments in the *Halifax Daily News*.

**The Acting Chair:** My second question is on your credo, as it were, the credo you set out for us at the beginning of your presentation. Every credo tends to contain elements of dogma. I remember my catechism well. Either you believe in it or you do not. If you do not believe in it, you are no longer in the church, you are elsewhere, sort of speak. That may have an impact on your life in the hereafter. Do your employees and journalists believe in your credo?

**Mr. Préfontaine:** Yes. When we acquired the newspapers in the Maritimes, I personally visited every newspaper office. I assembled the employees of every newspaper and presented our credo to them. Transcontinental believes in the editorial freedom of each and every one of its newspapers. Transcontinental believes that the publisher and the editor-in-chief are the individuals in the best position to establish the newspaper's editorial policy. We do not intervene in the newspaper's editorial policy. We have only one rule, which I reiterated during each one of my visits: You must serve the community. If the newspaper does not serve the community, we will come to visit you. Your mandate is to publish a newspaper that serves the interests of the community and that underlies our credo: If it is good for the community, it is good for the newspaper.

I have worked in the field for 32 years. I started at *La Tribune* of Sherbrooke, a regional paper. When a newspaper covers well the news in its community, the community rewards it. When the newspaper does not do this, the community punishes it. The community is quick to punish when things do not go well.

**The Acting Chair:** Finally, we could not fail to notice that the Rogers Group, with its distinctive feature of being a magazine owner, Quebecor, where you were formerly employed, Transcontinental and other firms have a considerable debt load at present. The Canadian economy is obviously doing well. Accordingly, when the economy is doing well nationally, regionally and locally, so do your newspapers, dailies and magazines because there is considerable advertising, and without advertising, you do not go very far.

Nevertheless, I am concerned that this debt load poses some long-term risks. We do not know how the economy will do. I do not think that the appreciation of the Canadian dollar will cause an economic crash but if, in two, three or four years — you know how quickly things can change on the international scene at

que c'était la seule transaction que nous avions l'intention de faire, et qu'au contraire, nous étions fermement décidés à développer nos opérations dans les autres provinces Atlantiques.

Le sénateur Graham s'en est rendu compte lui-même. Nous avons investi quelques millions à Halifax pour relancer le *Halifax Daily News*. Nous l'avons déménagé au centre-ville, au cœur de sa communauté. Nous lui avons donné un nouveau contenu et une nouvelle facture graphique. Nous avons installé de nouvelles presses pour ce journal, parce que nous croyions fermement que Halifax avait besoin d'une deuxième voix, une voix plus forte. C'est pour cela que nous avons investi considérablement dans le *Halifax Daily News*.

**Le président intérimaire:** Ma deuxième question qui a trait à votre credo, que vous avez énoncé au tout début de votre présentation. Tout credo contient habituellement des éléments de dogme. Je me souviens de mon petit catéchisme. On y croit ou non. Si on n'y croit pas, on n'est plus dans l'Église, on est ailleurs. Cela a des conséquences sur notre vie dans l'autre monde peut-être. Vos employés, vos journalistes, adhèrent-ils à votre credo?

**M. Préfontaine:** Oui. Quand nous avons fait l'acquisition des journaux dans les Maritimes, j'ai personnellement visité chaque journal. J'ai réuni les employés de chaque journal et je leur ai présenté notre credo. Transcontinental croit à la liberté éditoriale de chacun de ses journaux. Transcontinental croit que l'éditeur du journal et son rédacteur en chef sont les mieux habilités à établir la politique éditoriale du journal. Nous n'intervenons pas dans la politique éditoriale du journal. Nous avons une seule règle, que j'ai répétée à chaque visite que j'ai faite: Vous devez servir la communauté. Si le journal n'est pas au service de la communauté, nous allons venir vous visiter. Votre mandat est de publier un journal qui servira les intérêts de la communauté, et cela sous-tend notre credo: Si c'est bon pour la communauté, c'est bon pour le journal.

Cela fait 32 ans que je suis dans le métier. J'ai commencé à *La Tribune* de Sherbrooke, un journal régional. Quand un journal couvre bien l'actualité de sa communauté, la communauté le récompense. Quand le journal ne le fait pas, la communauté le punit. La communauté est rapide à punir quand les choses ne vont pas bien.

**Le président intérimaire:** Finalement, nous ne sommes pas sans constater que le Groupe Rodgers, en ce qui concerne sa particularité de propriétaire de revues, Quebecor, dont vous êtes un ancien employé, Transcontinental et d'autres, ont un endettement considérable dans les temps qui courent. Évidemment, l'économie canadienne se porte bien. Donc, quand l'économie se porte bien à l'échelle nationale, régionale et locale vos journaux, vos hebdomadaires et vos revues ont tendance à bien se porter parce qu'il y a un apport de publicité considérable, et sans publicité, vous n'allez pas loin.

Je suis inquiet par le fait que ce taux d'endettement présente des risques à long terme, quand même. On ne sait pas ce que l'économie va faire. Je ne pense pas que ce soit l'appréciation du dollar canadien qui causera un krach économique, mais si dans deux, trois ou quatre ans — vous savez à quel point les choses

times — if ever there were an economic crash, the large media owners would find themselves in an extremely difficult situation, resulting in the disappearance or even the quick sell-off of some assets in order to keep their heads above water. Does that not concern you?

**Mr. Préfontaine:** It is true that the Canadian publishers you mentioned have a high debt load, with the exception of Transcontinental. Our debt equity ratio is 32 cents to the dollar.

**The Acting Chair:** Do you feel that such ratio is healthy?

**Mr. Préfontaine:** According to the ratios, yes. Our market indicator shows that we will not exceed a debt equity ratio of 55 cents on the dollar, and we are within the indications we provided to the market. We have a line of credit of several hundred million dollars that we are not using. We generate enough cash to cover not only our operating costs but also to encourage expansion. Early, in my presentation, I emphasized the need for financial health, financial soundness being a prerequisite to high-calibre information. That is part of the way we manage our business. I believe that you are right when you say that if ever the economic environment were to slide, some publishers would have to get rid of certain assets, but we would not be amongst them.

Over the years, we have been able to take advantage of the cash flow problems of certain publishers in order to develop our own operations. I would be pleased to send to your committee members a few copies of our annual report and you can see for yourself that Transcontinental's financial statement is extremely solid.

[English]

**Senator Gustafson:** Do you have holdings in Saskatchewan?

**Mr. Préfontaine:** Yes, we do, in Moose Jaw, Swift Current and Prince Albert.

**Senator Gustafson:** How are they doing?

**Mr. Préfontaine:** They are doing quite well. We have just appointed a new publisher in Prince Albert whose family comes from Prince Albert. He is immensely proud to be back in the community and has an agenda of community involvement that will improve the paper.

**Senator Gustafson:** Are you referring to weeklies?

**Mr. Préfontaine:** Dailies in Prince Albert and in Moose Jaw, and a weekly in Swift Current.

**Senator Gustafson:** I am a Senator from Saskatchewan, and I know that those small papers do very well.

**Mr. Préfontaine:** They are healthy businesses, yes.

**Senator Graham:** Senator Gustafson indicated that he is a senator from Saskatchewan, and we all represent our regions and the country as a whole.

peuvent changer rapidement parfois mondialement — s'il y avait un krach économique, les grands propriétaires de médias seraient dans une situation extrêmement difficile, avec comme résultat la disparition ou la vente rapide de certains biens afin de pouvoir garder la tête hors de l'eau. Cela ne vous inquiète-t-il pas?

**M. Préfontaine:** C'est vrai que les éditeurs canadiens que vous avez mentionnés ont un fort taux d'endettement, sauf en ce qui concerne Transcontinental. Notre ratio dette-équité est de 32 cents par dollar.

**Le président intérimaire:** Vous considérez que cela est sain?

**M. Préfontaine:** Selon les ratios, oui. Notre indication au marché indique que nous ne dépasserons pas 55 cents du dollar d'équité pour notre endettement, et nous sommes en deça des indications que nous avons fournies au marché. Nous avons des marges de crédit de plusieurs centaines de millions de dollars qui sont inutilisés. Nous générons suffisamment de liquidités pour non seulement assurer nos frais d'exploitation, mais pour encourager également leur expansion. Tout à l'heure, dans ma présentation, j'ai insisté sur le besoin de la santé financière, de la solidité financière comme prérequis à une information de qualité. Cela fait partie de notre façon de gérer notre entreprise. Je crois que vous avez raison lorsque vous dites que si l'environnement économique devait se détériorer, certains éditeurs devront se départir de certains actifs, mais nous serons là.

Nous avons pu, au fil des années, profiter du fait que certains éditeurs avaient des problèmes de liquidité pour développer nos propres opérations. Je me ferai un plaisir d'envoyer aux membres de votre comité quelques copies de notre rapport annuel et vous pourrez constater par vous-même que le bilan de Transcontinental est extrêmement solide.

[Traduction]

**Le sénateur Gustafson:** Avez-vous des journaux en Saskatchewan?

**M. Préfontaine:** Oui, à Moose Jaw, Swift Current et Prince Albert.

**Le sénateur Gustafson:** Comment vont-ils?

**M. Préfontaine:** Ils vont très bien. Nous venons de nommer un nouvel éditeur à Prince Albert dont la famille vient de Prince Albert. Il est extrêmement fier d'être de retour dans la collectivité et il s'est donné comme priorité d'assurer la participation de la communauté de manière à améliorer le journal.

**Le sénateur Gustafson:** Êtes-vous en train de parler des hebdomadaires?

**M. Préfontaine:** Des quotidiens à Prince Albert et à Moose Jaw, et d'un hebdomadaire à Swift Current.

**Le sénateur Gustafson:** Je suis un sénateur de la Saskatchewan et je sais que ces petits journaux se débrouillent très bien.

**M. Préfontaine:** Ce sont des entreprises solides, effectivement.

**Le sénateur Graham:** Le sénateur Gustafson a indiqué qu'il vient de la Saskatchewan, et nous représentons nos régions et le pays dans son ensemble.



Would you please provide us with the circulation figures for the four newspapers in Nova Scotia?

You do not have to give that information to us now, but may give it to the clerk.

**Mr. Préfontaine:** I would be happy to do so.

**Senator Merchant:** This committee needs to be forward looking, in order to look 10, 15 or 20 years ahead. Lord Black has interests in Britain. The Aspers have interests in Australia.

Can you elaborate on your feelings about foreign ownership and foreign people coming here to publish newspapers? Is that good for the country? Is that kind of competition good? How do you feel about that situation?

**Mr. Préfontaine:** I feel strongly about it, senator. I think the current ownership rules should not be changed.

**Senator Merchant:** Can you explain to us why you feel that way?

**Mr. Préfontaine:** We see the newsstand, where there are no restrictions, as the best example. The size and scope of American publishers or European publishers are such that they would virtually overwhelm Canadian players, no matter how big we are in our own markets.

The strength of the American dollar would allow American players to pay much higher multiples for our properties than we would be able to pay. As to what would happen once they owned the papers, I can only surmise, but I doubt that it would be an increase in quality content by Canadians for Canadians.

In a country such as Canada, which is thinly populated and spread over huge distances, and where costs are higher, we need protection against foreign ownership. It would be unwise, in my view, to modify the rules. I think that is true for newspapers, and equally true for magazines, although, as you know, the rules have been changed since Bill C-55. It would be most unwise also for the broadcast industry, whether radio or television.

Canada has been well-served by the actions of the federal government to protect its media. I cannot help but be a bit sentimental here, but our national identity depends on our ability to tell our story. If we do not own the vehicles through which we tell our story, our history, who else will tell it for us?

As I said earlier, I have young children and I see what they watch on television. I listen to the music they listen to. I am appalled.

Is that how we want to build our Canadian identity?

Pourriez-vous nous indiquer le tirage des quatre journaux de la Nouvelle-Écosse?

Vous n'avez pas à nous fournir cette information maintenant, mais vous pourrez la remettre au greffier.

**M. Préfontaine:** Je le ferai avec plaisir.

**Le sénateur Merchant:** Notre comité doit adopter une approche prospective, et envisager la situation dans 10, 15 ou 20 ans d'ici. Lord Black a des intérêts en Grande-Bretagne. La famille Aspers a des intérêts en Australie.

Pourriez-vous nous dire ce que vous pensez de la propriété étrangère et des étrangers qui viennent ici publier des journaux? Est-ce une bonne chose pour le pays? Est-il bon d'avoir ce type de concurrence? Qu'en pensez-vous?

**M. Préfontaine:** J'ai une opinion très arrêtée à ce sujet, monsieur le sénateur. Je considère que les règles actuelles concernant la propriété ne devraient pas être modifiées.

**Le sénateur Merchant:** Pourriez-vous nous expliquer pourquoi?

**M. Préfontaine:** Le meilleur exemple, ce sont les kiosques à journaux, qui ne font l'objet d'aucune restriction. La taille et l'envergure des éditeurs américains ou européens sont telles qu'ils étoufferaient pratiquement les éditeurs canadiens, quelle que soit la place importante que nous occupons sur nos propres marchés.

La vigueur du dollar américain permettrait aux éditeurs américains de payer beaucoup plus cher nos biens que nous ne le pourrions. Quant à ce qui se produirait une fois qu'ils seraient propriétaires des journaux, je ne peux que faire des suppositions, mais je doute que cela améliorerait la qualité du contenu canadien à l'intention des Canadiens.

Dans un pays comme le Canada, dont la population est clairsemée et dispersée sur de vastes distances, et où les coûts sont plus élevés, nous devons être protégés contre la propriété étrangère. Il serait peu prudent, à mon avis, de modifier les règles. Je crois que cela vaut pour les journaux et aussi pour les magazines bien que, comme vous le savez, les règles ont été modifiées depuis l'adoption du projet de loi C-55. Ce serait également une décision très imprudente pour l'industrie de la radiodiffusion.

Le Canada a été bien servi par les mesures prises par le gouvernement fédéral pour protéger ses médias. Je ne peux pas m'empêcher d'être un peu sentimental ici car notre identité nationale dépend de notre capacité de raconter notre histoire. Si nous ne sommes plus propriétaires des instruments grâce auxquels nous racontons notre histoire, notre passé, qui le fera à notre place?

Comme je l'ai dit plus tôt, j'ai de jeunes enfants et je vois les émissions qu'ils regardent à la télévision. J'écoute la musique qu'ils écoutent. Je suis consterné.

Est-ce ainsi que nous voulons bâtir notre identité canadienne?



**Senator Merchant:** Unless we teach our children the value of the written word, they will get their information from other sources. It is very difficult to control. I wonder where we will end up.

**Mr. Préfontaine:** I am equally concerned, but from a mid-term perspective, because I know the current ownership restrictions. We are confident to the point that we have invested hundreds of millions of dollars of our shareholder's money, and we are providing a good return for those shareholders. Should the ownership rules change, I am not sure we would be able to sustain that for any length of time.

I urge all of you to defend the policy structure we have put in place that protects Canadian culture and identity. These rules and policies have done a good job for the country. We should not lightly consider abandoning them, no matter how persuasive people from the outside, or the inside can be in their suggestions to do otherwise. You will always find some people within our industry who will say, "Open the flood gates."

**Senator Johnson:** I listened to much of your presentation. I am sorry, but we have a press conference going on.

**Mr. Préfontaine:** Those pesky journalists.

**Senator Johnson:** Could you tell me the degree to which American magazines are subsidized, if they are subsidized at all?

**Mr. Préfontaine:** They are not subsidized.

**Senator Johnson:** The loss that you have sustained over the past 24 months is due to cut backs.

**Mr. Préfontaine:** The cuts were announced July 8 and will take effect as of April 1, 2004 over a 24-month period.

**Senator Johnson:** That is how much money?

**Mr. Préfontaine:** It is \$6 million for our company alone.

**Senator Johnson:** What is the national figure?

**Mr. Préfontaine:** Rather than giving you misleading numbers, I will make the information we have available to the committee.

**Senator Johnson:** Why has this cutback been made at this time?

I say that in the context that we are littered in our society with magazines. There is not only too many, but they take up a lot of white paper, which affects the environment.

What do magazines actually do to contribute to our culture and the intellectual prowess of our people, because 90 per cent of them that are read are *People*-type magazines? They are not *The New Yorker*, not *Harpers*, not *The Atlantic Monthly*, and not *National Geographic*.

You talked about them contributing to the cultural life of our nation. How do you justify that statement?

**Le sénateur Merchant:** À moins d'enseigner à nos enfants la valeur de l'écrit, ils obtiendront leur information d'autres sources. C'est une chose qu'il est très difficile de contrôler. Je me demande à quoi cela va aboutir.

**M. Préfontaine:** Je suis tout aussi préoccupé, mais dans une perspective à moyen terme, parce que je connais les restrictions actuelles en matière de propriété. Cela nous a donné l'assurance nécessaire pour investir des centaines de millions de dollars des fonds provenant de nos actionnaires, à qui nous assurons un bon rendement. Cependant, si les règles de la propriété changent, je ne suis pas sûr que nous parviendrons à maintenir ce rendement pendant un certain temps.

Je vous exhorte à soutenir la structure politique déjà instaurée qui protège la culture et l'identité canadiennes, car les règles et politiques ont bien servi notre pays. Il ne faudrait pas envisager à la légère de les abandonner, si persuasifs puissent être les gens de l'extérieur ou de l'intérieur qui vous suggéreraient de faire le contraire. Il se trouvera toujours des gens dans notre industrie qui voudront ouvrir toutes grandes les portes.

**Le sénateur Johnson:** J'ai écouté en grande partie ce que vous aviez à dire. Je m'excuse, mais il y a actuellement une conférence de presse.

**M. Préfontaine:** Ils sont exécrables, ces journalistes.

**Le sénateur Johnson:** Pouvez-vous me dire si les magazines américains sont subventionnés, et dans quelle mesure?

**M. Préfontaine:** Elles ne le sont pas.

**Le sénateur Johnson:** Les pertes que vous avez subies au cours des 24 derniers mois sont dues à des compressions.

**M. Préfontaine:** Ces réductions ont été annoncées le 8 juillet et entreront en vigueur le 1<sup>er</sup> avril 2004, pour 24 mois.

**Le sénateur Johnson:** Et combien cela représente-t-il?

**M. Préfontaine:** Cela représente 6 millions de dollars pour notre entreprise seule.

**Le sénateur Johnson:** Et pour tout le Canada?

**M. Préfontaine:** Plutôt que de vous induire en erreur, je transmettrai à votre comité les chiffres que nous avons.

**Le sénateur Johnson:** Pourquoi ces compressions ont-elles été effectuées à ce moment-ci?

Si je vous pose la question, c'est qu'actuellement, notre société est inondée de magazines de tous genres. Non seulement y en a-t-il trop, mais ils consomment beaucoup de papier, ce qui nuit à l'environnement.

Que font les magazines pour contribuer à notre culture et aux prouesses intellectuelles des Canadiens, étant donné que 90 p. 100 de nos concitoyens lisent des revues à potins, plutôt que des magazines comme le *New Yorker*, *Harpers*, l'*Atlantic Monthly* et le *National Geographic*.

Vous avez dit que ces magazines contribuaient à la vie culturelle de notre pays. Comment justifiez-vous cela?

**Mr. Préfontaine:** I will not pass judgment on the titles you have named, but I will limit my comments to the magazines we publish, and I will start with *Canadian Living*.

**Senator Johnson:** That is a fine magazine.

**Mr. Préfontaine:** *Canadian Living* is targeted towards women who have a family, whether they stay at home or work outside of the house, who have to struggle with the pressures of daily life.

The magazine provides what we call “solutions” for simple, better living, but the solutions on how to raise your children, be healthy, create an environment in the home that is positive, share values of respect and love understanding and tolerance. If you look at *Canadian Living*, you will recognize in that magazine a number of values that are shared by all Canadians and that shape Canadian identity.

*Canadian Living* is an incredible publication.

**Senator Johnson:** I am very familiar with *Canadian Living*. Would you consider it one of your better magazines?

**Mr. Préfontaine:** I would, indeed. I will refer to *Homemakers*, which is a magazine of late that we have reinvested in, and we are targeting it towards more substantive issues that are of interest to women. We have had features on the fate of women in Afghanistan.

**Senator Johnson:** That was the Sally Armstrong article.

**Mr. Préfontaine:** We have had issues dealing with breast cancer, but also more substantive issues that feed reflection, and I think that is one of the few magazines in this country that performs that function.

I will also mention one where the value is not as obvious, and that is *Elle Canada*. We launched *Elle Canada* eighteen months ago. It is a fashion and beauty magazine.

One the principles we established when we launched the magazine was it would help foster a truly Canadian fashion and beauty industry. All the products that we talk about in that magazine are available in Canada. The images that we want to promote in that magazine are those of Canadians. We use Canadian writers and Canadian photographers. Some of the photographers that we have used are now being asked to work for other magazines across our chain. It has created — and we might have different opinions on whether this is of value or not — a Canadian view of fashion and beauty rather *Cosmopolitan* that sells for 280,000 copies a month in this country.

**Senator Johnson:** How do you do compared to *Cosmopolitan*?

**Mr. Préfontaine:** I do not want to compare with *Cosmopolitan*.

**Senator Johnson:** I mean how do you compare in terms of numbers.

**Mr. Préfontaine:** *Elle Canada* has a circulation of 100,000.

**M. Préfontaine:** Je ne porterai pas de jugement sur les titres que vous avez nommés, et je me contenterai de parler des magazines que nous publions, en commençant par *Canadian Living*.

**Le sénateur Johnson:** Excellent magazine.

**M. Préfontaine:** *Canadian Living* cible les femmes qui élèvent une famille, qu'elles restent au foyer ou travaillent à l'extérieur, et qui doivent faire face aux pressions quotidiennes de la vie.

Notre magazine propose des solutions qui permettent de vivre plus simplement et mieux, comme des solutions pour élever ses enfants, pour rester en santé, pour créer un foyer équilibré et pour prôner les valeurs de respect, d'amour, de compréhension mutuelle et de tolérance. Regardez ce magazine, et vous reconnaîtrez dans *Canadian Living* des valeurs que partagent tous les Canadiens et qui modèlent l'identité canadienne.

*Canadian Living* est une publication phénoménale.

**Le sénateur Johnson:** Je connais très bien *Canadian Living*. Considérez-vous que c'est l'un de vos meilleurs magazines?

**M. Préfontaine:** Certes. Je pense aussi à *Femme au foyer*, qui est un magazine dans lequel nous avons décidé récemment de réinvestir et qui vise à proposer des dossiers de fond qui intéressent les femmes. D'ailleurs, nous avons récemment publié un dossier sur le sort des femmes afghanes.

**Le sénateur Johnson:** Il s'agit de l'article de Sally Armstrong.

**M. Préfontaine:** Nous avons traité du cancer du sein, mais aussi d'autres dossiers de fond qui alimentent la réflexion; je pense que c'est un des rares magazines au Canada à faire cela.

Je voudrais également mentionner un autre magazine dont la valeur ne saute pas aux yeux, et c'est *Elle Canada*, que nous avons lancé il y a 18 mois et qui traite de mode et d'esthétique.

Lorsque nous l'avons lancé, nous avions pour objectif notamment d'aider à créer une industrie de la mode et de l'esthétique véritablement canadienne, et c'est pourquoi tous les produits qui y sont mentionnés sont disponibles au Canada. Les images que nous diffusons sont celles de Canadiens et Canadiennes, et nous faisons appel à des écrivains et à des photographes canadiens. D'ailleurs, certains des photographes à qui nous avons fait appel travaillent maintenant pour d'autres magazines qui appartiennent à notre chaîne. On peut ne pas s'entendre nécessairement sur la valeur de cette industrie, mais ce magazine a créé à notre avis une vision de la mode et de la beauté plus canadienne que celle que transmet *Cosmopolitan* qui vend pourtant 280 000 exemplaires par mois au Canada.

**Le sénateur Johnson:** Comment vous comparez-vous à *Cosmopolitan*?

**M. Préfontaine:** Je ne veux pas me comparer à *Cosmopolitan*.

**Le sénateur Johnson:** Je parlais du tirage.

**M. Préfontaine:** *Elle Canada* a un tirage de 100 000 exemplaires.



**Senator Johnson:** *Cosmopolitan* is not a great magazine.

**Mr. Préfontaine:** I agree with you.

**Senator Johnson:** It is popular for a certain population and for certain reasons. As you say, it is American. It is not subsidized, so you are in a free marketplace.

**Mr. Préfontaine:** Let us go back a bit in history.

**Senator Johnson:** How much money do you think you need to subsidize to keep producing these magazines?

**Mr. Préfontaine:** The Postal Assistance Program was put in place before Confederation, and the purpose was to ensure the dissemination of magazines across a very vast country with the intent of putting Canadian contents in the hands of Canadians.

That program has worked extremely well. It is not a costly program for the Canadian government. The total envelope is \$47 million, and it helps distribute not only magazines, but community newspapers in rural areas as well. It has a dual purpose.

It has done a wonderful job, and that is reflected in the numbers. The numbers tell the tale. Eighty per cent of Canadian magazines sold are sold through subscription. That tells you the story that the program works.

Our industry is not asking a penny more from Canadian Heritage. We have said, "Do not touch it. It works. It is not broken. It does not need fixing." Obviously, our point of view did not prevail. We are respectful of the decision the minister made, but we believe that this decision will create difficulties for Canadian publishers in the years ahead.

**Senator Johnson:** This is a subject we could go on about for a long time. The fashion magazine industry is monstrous in the world, not just Canada and the United States. There are some very fine magazines. I am very interested, like you, in having good magazines in this country survive because there are so many others around.

**Mr. Préfontaine:** It is interesting that *Canadian Living* is the magazine in Canada that has the most readers.

We have the equivalent in French called *Coup de pouce*, and it is the No. 1 women's magazine in French speaking Canada.

There is hope for us.

**Senator Johnson:** In your whole stable of magazines, do you sell more "women's" magazines than others?

**Mr. Préfontaine:** Absolutely. Our portfolio of women's magazines is the largest in the country. We have 10 magazines in that portfolio, and the portfolio has 11 million readers. There is no television network, radio network or newspaper that reaches so many Canadian women, and the reason we have done it this way is our strategy to fight in specific niches against the American

**Le sénateur Johnson:** *Cosmopolitan* n'est pas si bien que cela comme magazine.

**M. Préfontaine:** Je suis d'accord avec vous.

**Le sénateur Johnson:** C'est un magazine populaire qui cible certaines parties de la population pour des raisons bien précises. Mais comme vous dites, c'est un magazine américain, et il n'est pas subventionné, puisque le marché est parfaitement concurrentiel.

**M. Préfontaine:** Faisons un peu d'histoire.

**Le sénateur Johnson:** À votre avis, combien vous faudrait-il pour subventionner le maintien de la production de vos magazines?

**M. Préfontaine:** Le Programme d'aide aux publications précède la Confédération; son objectif était d'assurer la diffusion des magazines dans notre vaste pays, afin que les Canadiens puissent lire du contenu canadien.

Le programme a donné d'excellents résultats et ne coûte pas cher au gouvernement canadien. L'enveloppe totale est de 47 millions de dollars, et on aide ainsi à diffuser non seulement les magazines, mais aussi les journaux locaux dans les régions rurales. L'objectif est double.

Le programme a fait de l'excellent travail, et cela se traduit dans nos chiffres. Les chiffres sont révélateurs: 80 p. 100 des magazines canadiens vendus le sont par abonnement. C'est un indice de l'excellence du programme.

Notre industrie ne demande pas un sou de plus de Patrimoine canadien. Nous avons même dit au ministère de ne rien modifier au programme puisque tout allait bien et qu'il donnait de bons résultats. Il semble que notre point de vue n'ait pas prévalu. Nous respectons la décision prise par la ministre, mais nous croyons qu'elle posera problème pour les éditeurs canadiens dans les prochaines années.

**Le sénateur Johnson:** Nous pourrions en discuter longuement. L'industrie de la revue de mode est un véritable monstre dans le monde occidental, et pas seulement au Canada et aux États-Unis. Il existe bien sûr de très belles revues, et, tout comme vous, j'ai à cœur que les bonnes revues canadiennes survivent face à la concurrence effrénée.

**M. Préfontaine:** Il est intéressant de noter que *Canadian Living* est le magazine qui a le plus grand lectorat au Canada.

Son équivalent en français s'appelle *Coup de pouce*, et c'est le magazine féminin le plus lu au Canada francophone.

Il y a de l'espoir pour nous.

**Le sénateur Johnson:** Dans votre éventail de magazines, vendez-vous plus de magazines féminins que d'autres?

**M. Préfontaine:** Certes. Notre portefeuille de magazines destinés aux femmes est le plus important au Canada. Ce portefeuille compte en effet dix magazines, et compte sur un lectorat de 11 millions de lecteurs. Aucun réseau de télévision, réseau de radio ou journal n'atteint autant de femmes canadiennes, et si nous avons choisi cette voie, c'est parce que



titles. It is only by combining the strength and leveraging of our portfolio in a specific category that we can withstand the pressure of the Americans. That is what our business model is based upon.

**Senator Johnson:** I am impressed by your emphasis on being socially responsible, both in your magazines and newspapers.

Before the acting chair goes on to someone else, for my own Province of Manitoba, which community newspapers do you own?

**Mr. Préfontaine:** We own four weekly newspapers serving Winnipeg, plus the *Headingley Headliner*.

**Senator Johnson:** I have not seen that one recently.

**Mr. Préfontaine:** I could send it to you. It is very interesting. We own five newspapers in Manitoba.

**Senator Johnson:** It is interesting in the study we are doing about how many of the magazines and communities and dailies outside the CanWest company are run from Quebec.

**Mr. Préfontaine:** Quebecor, through Sun Media, owns a fairly extensive portfolio of dailies and community newspapers in English Canada. That is a healthy sign for the country that French Canadians feel so strongly about Canada that they are willing to invest and grow across the country.

**Senator Johnson:** That point has been profoundly made in the last two days with you and the witness yesterday.

**Mr. Préfontaine:** If you look at the cultural policy of Heritage Canada, and you actually read it, you will see that it resembles, surprisingly, the strategies that we have put in place to grow our business across the country, the value of shared identities, of speaking in both official languages while reaching a national audience with a national message.

The formula works. It is a good policy. It has served Canadians well, and it has allowed publishers such as Transcontinental Media Inc. to build a business plan around it and be successful.

**Senator Johnson:** Thank you for your presentation and for putting up with some of my questions today.

**Senator Day:** My question goes to the issue of your social responsibility, and we talk about what the government has done to help make the industry function well, and you talked about levels of ownership and foreign ownership and the postal rates that have helped the industry. The industry's responsibility back to society is what I would like to discuss.

What controls are there, and do we need any more, to ensure that the opinions that you are helping to form in the public are being performed in an unbiased manner?

nous avons pour stratégie de nous battre dans des créneaux précis contre des titres américains. La seule façon de résister à la pression des Américains, c'est de combiner la force de notre portefeuille et un créneau précis, puis miser sur celui-ci. Notre modèle commercial se fonde sur cette stratégie.

**Le sénateur Johnson:** Je suis impressionné par la ferveur que vous mettez à vous montrer socialement responsables, à la fois dans vos magazines et dans vos journaux.

Avant que le président intérimaire cède la parole à quelqu'un d'autre, j'aimerais savoir si vous êtes propriétaire de journaux communautaires dans ma province du Manitoba.

**M. Préfontaine:** Nous possédons quatre hebdomadaires de la région de Winnipeg, ainsi que le *Headliner* de Headingley.

**Le sénateur Johnson:** Celui-là, je ne l'ai pas vu depuis longtemps.

**M. Préfontaine:** Je pourrais vous en envoyer un numéro. C'est un hebdomadaire très intéressant. Nous sommes propriétaires de cinq journaux au Manitoba.

**Le sénateur Johnson:** L'étude que nous effectuons nous apprend que beaucoup des magazines, des journaux communautaires et des quotidiens n'appartenant pas à la compagnie CanWest proviennent du Québec.

**M. Préfontaine:** En effet, Quebecor, par le truchement de Sun Media, détient un portefeuille très vaste de quotidiens et de journaux communautaires au Canada anglais. Il me semble très sain de constater que les Canadiens français ont tellement à cœur le sort du Canada qu'ils sont disposés à investir partout dans leur pays et à faire fructifier ce médium.

**Le sénateur Johnson:** C'est une conclusion qui ressort nettement de votre témoignage et de celui du témoin d'hier.

**M. Préfontaine:** À la lecture de la politique culturelle de Patrimoine canadien, on constate qu'elle ressemble étonnamment aux stratégies que nous avons adoptées en vue de faire prendre de l'expansion à notre entreprise par tout le pays, la valeur des identités communes, de parler les deux langues officielles en faisant passer un message national à un public national.

La formule réussit. C'est une bonne politique. Elle a bien servi les Canadiens, et elle a permis aux éditeurs tel que Médias Transcontinental inc. d'élaborer un plan d'affaires en conséquence et de réussir.

**Le sénateur Johnson:** Merci de votre exposé et d'avoir toléré certaines de mes questions aujourd'hui.

**Le sénateur Day:** Ma question porte sur votre responsabilité sociale, et nous parlons de ce qu'a fait le gouvernement pour aider le secteur à bien fonctionner, et vous avez parlé des niveaux de propriété et de propriété étrangère et des tarifs postaux qui ont aidé le secteur. Moi, je voudrais plutôt discuter de la responsabilité du secteur envers la société en retour.

Quelles sont les restrictions qui existent, et en avons-nous besoin de plus, afin de s'assurer que lorsque vous aidez la population à se faire des opinions, vous le faites de façon objective?

Is there anything wrong with a journalist, who writes stories on farming, sports and other news items breaking in a community, accepting an invitation to attend a barbecue at the residence of a local successful farmer?

Is there anything wrong with going to that free of charge, or going to a hockey game and attending at a booth, or spending the weekend somewhere?

If you think there is something wrong, are there rules within the corporation or within the industry that prevent that from happening and where do you draw the line, or do you need something from us?

**Mr. Préfontaine:** It would be a great mistake if the government were to edict rules to govern the profession of journalism in this country. That would be a sad day for Canada.

That being said, you raise some operational issues that our editors and our publishers are confronted with on an ongoing basis, and that require judgment. It is something to be invited to lunch and it is another thing to be invited for a lengthy trip somewhere, which purpose is only pleasure or entertainment. I would be very remiss personally, if I learned that one of our journalists had actually engaged in such activities. As I said earlier, I began at *La Tribune* in Sherbrooke, which is a good strong regional newspaper. I went on to Canadian Press where, as you know, the ethics guidelines are extremely stringent. That is where I was schooled in the basic rules of our profession on a national scale. I believe in them. I think they are well intended, and I think they protect the integrity of the profession and they must be upheld.

Yes, some of our reporters will take trips. Some of them will accept a dinner or a lunch, but they will do it in the course of their profession. If a journalist took a trip to visit a plant or an operation, it would have to be written into the story that he or she accepted that trip. These are the basic rules. If you checked any further, you would find that most news-gathering operations respect these rules very highly.

**Senator Day:** We have run out of time, but if you would like to write to us through the chairman, we would be happy to learn more about this interesting subject.

I would have asked you more questions about the journalist and corporate ownership level. I would like to know about embedded reporters with the armed forces, and CNN establishing themselves in Baghdad but having an agreement with the local government that they would not report any unfavourable stories about the government just so they could be there. Do they tell everyone that?

**Mr. Préfontaine:** There is a huge distance from Corner Brook to Baghdad.

**Senator Day:** There is and there is not. In Corner Brook you are reporting stories that form opinions that might have a stronger impact on that local economy and that local government,

Est-il normal qu'un journaliste qui écrit des articles sur l'agriculture, les sports ou d'autres événements survenant dans une localité qui sont propres au reportage, accepte une invitation à assister à un barbecue chez un agriculteur de la région qui a réussi?

Est-il normal d'y assister gratis, ou d'aller à un match de hockey et d'y occuper une loge, ou de passer la fin de semaine en quelque part?

Si vous trouvez cela anormal, y a-t-il, au sein de l'entreprise ou du secteur, des règles qui l'empêchent de se produire, et quelles limites fixez-vous, ou avez-vous besoin de quelque chose de nous?

**M. Préfontaine:** Le gouvernement commettrait une grosse erreur en édictant des règles régissant le journalisme au pays. Ce serait bien triste pour le Canada.

Ceci dit, vous soulevez des questions opérationnelles auxquelles nos rédacteurs et éditeurs font face tout le temps, et cela demande un jugement très sûr. Il est normal d'être invité à dîner, mais il n'est pas normal d'être invité à faire un grand voyage, dont le but n'est que du plaisir ou du divertissement. Je serais très déçu d'apprendre que l'un de nos journalistes a fait ce genre de choses. Comme je l'ai dit plus tôt, j'ai eu mes débuts à *La Tribune* à Sherbrooke, et c'est un journal régional solide. Je suis passé à La Presse canadienne où, comme vous le savez, les lignes directrices en matière d'éthique sont extrêmement rigoureuses. C'est là que j'ai appris les règles de base de notre profession sur le plan national. Je souscris aux règles. Je crois qu'elles sont bien intentionnées, et je crois qu'elles protègent l'intégrité de la profession et qu'il faut les respecter.

Il est vrai que certains de nos journalistes accepteront des voyages. Certains d'entre eux accepteront un souper ou un dîner, mais ils le feront dans le cadre de leur profession. Si un journaliste accepte un voyage afin de visiter une usine ou une installation, il faudrait dire dans l'article que le journaliste avait accepté le voyage. Ce sont les règles de base. Si vous faisiez d'autres vérifications, vous verriez que la plupart des entreprises de collecte de nouvelles suivent ces règles de très près.

**Sénateur Day:** Nous n'avons plus de temps, mais si vous voulez bien nous écrire par l'entremise du président, nous serions ravis d'apprendre davantage sur ce sujet passionnant.

Je vous aurais posé plus de questions sur le niveau de propriété des journalistes et des entreprises. J'aimerais être informé des journalistes intégrés aux forces armées, et de l'installation de CNN à Bagdad moyennant une entente avec le gouvernement local selon lequel CNN ne montrerait pas le gouvernement sous un jour défavorable. Est-ce que c'est ce que CNN dit à tout le monde?

**M. Préfontaine:** De Corner Brook à Bagdad il y a beaucoup de chemin à parcourir.

**Le sénateur Day:** Oui et non. À Corner Brook, on publie des articles et des reportages qui peuvent beaucoup influencer sur l'économie locale et le gouvernement local, comme ce sera le cas

as would something from Baghdad. You are right, there is a huge difference, but in terms of impact it might not be as great as one thinks.

**Mr. Préfontaine:** I am currently the vice-chairman of the Canadian Press. The Canadian Press was invited to embed some of its reporters in the American troops in Iraq. It was discussed. We refused. We felt that it was not the appropriate way to cover these types of events. I am proud to say to the committee that Canadian news organizations have been extremely rigid in their standards and reporting, both in Afghanistan and in Iraq.

**Senator Day:** We were told by Radio-Canada that they did have an embedded reporter.

**Mr. Préfontaine:** They might have had one.

**Senator Day:** Which is amazing.

**Mr. Préfontaine:** One is not the rule, and we should congratulate ourselves. Personally, I do not run Radio-Canada, but it would be a good thing if some people at Radio-Canada went to work for Canadian Press for a little while.

**The Acting Chairman:** You have been a fantastic witness, Mr. Préfontaine.

What are your associations with foreign media or publishing houses, if any?

**Mr. Préfontaine:** We are partners with Hachette Filipacchi International to publish *Elle Québec* and *Elle Canada*. We are partners with Bayer Press International for our senior's publications group. Bayer is the foremost publisher of senior publications around the world and we have a relationship with them. Other than that we have no associations or partnerships with any other foreign publishers.

[Translation]

**The Acting Chair:** On behalf of the members of this committee, I would like to sincerely thank you. We greatly appreciate the fact that you have been an honest and open witness.

**Mr. Préfontaine:** The pleasure was mine.

[English]

I wish to inform you that our next meeting will be next Tuesday, November 4, at 9:30, in room 505 of the Victoria Building.

The committee adjourned.

à Bagdad. Vous avez raison, la différence est énorme mais quand il s'agit d'énoncer l'opinion publique, il y a sans doute des ressemblances.

**M. Préfontaine:** Je suis actuellement le vice-président de la Presse canadienne. On a proposé à la Presse canadienne d'intégrer certains de ses journalistes à des unités de troupes américaines en Irak. On en a discuté et nous avons décidé de refuser. À notre avis, ce n'était pas la bonne façon d'assurer la couverture de ce genre de nouvelles. Je suis fier de dire au comité que les médias canadiens ont fait preuve d'une grande rigueur en matière de normes et de reportages en Afghanistan et en Irak.

**Le sénateur Day:** Radio-Canada nous a informés qu'un de ses journalistes était effectivement intégré aux troupes.

**M. Préfontaine:** Peut-être dans un seul cas.

**Le sénateur Day:** Ce qui est renversant.

**M. Préfontaine:** Un seul cas ne constitue pas la règle et nous devrions nous en féliciter. Je ne suis pas le dirigeant de Radio-Canada mais personnellement, j'estime que certains de ses journalistes gagneraient à travailler un certain temps à la Presse canadienne.

**Le président intérimaire:** Votre témoignage nous a été extrêmement utile, monsieur Préfontaine.

Avez-vous des liens avec des groupes de médias ou des maisons d'édition à l'étranger?

**M. Préfontaine:** Nous sommes partenaires avec Hachette Filipacchi International pour la publication de *Elle Québec* et *Elle Canada*. Nous sommes aussi partenaires avec la presse Bayer International pour nos publications destinées aux aînés. Bayer est la maison d'édition la plus importante en matière de publications du troisième âge et nous avons une association avec cette maison. À part cela, nous n'avons aucune association avec d'autres groupes étrangers.

[Français]

**Le président intérimaire:** Au nom des membres de ce comité, je vous remercie sincèrement. Vous avez été un témoin ouvert, honnête et nous l'apprécions beaucoup.

**M. Préfontaine:** Le plaisir a été pour moi.

[Traduction]

Je voudrais vous informer que notre prochaine réunion aura lieu le mardi 4 novembre à 9 h 30 dans la salle 505 de l'édifice Victoria.

La séance est levée.







*If undelivered, return COVER ONLY to:*  
Communication Canada – Publishing  
Ottawa, Ontario K1A 0S9

*En cas de non-livraison,  
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:*  
Communication Canada – Édition  
Ottawa (Ontario) K1A 0S9

#### WITNESSES

**Tuesday, October 28, 2003:**

*From Quebecor Inc.:*

Mr. Luc Lavoie, Executive Vice-President, Corporate Affairs.

**Thursday, October 30, 2003:**

*From Transcontinental Media Inc.:*

Mr. André Préfontaine, President.

#### TÉMOINS

**Le mardi 28 octobre 2003:**

*De Quebecor inc.:*

M. Luc Lavoie, vice-président exécutif, Affaires corporatives.

**Le jeudi 30 octobre 2003:**

*De Médias Transcontinental inc.:*

M. André Préfontaine, président.



19  
T83



Second Session  
Thirty-seventh Parliament, 2002-03

Deuxième session de la  
trente-septième législature, 2002-2003

## SENATE OF CANADA

## SÉNAT DU CANADA

*Proceedings of the Standing  
Senate Committee on*

*Délibérations du Comité  
sénatorial permanent des*

# Transport and Communications

# Transports et des communications

*Chair:*  
The Honourable JOAN FRASER

*Présidente:*  
L'honorable JOAN FRASER

Tuesday, November 4, 2003  
Thursday, November 6, 2003

Le mardi 4 novembre 2003  
Le jeudi 6 novembre 2003

Issue No. 17

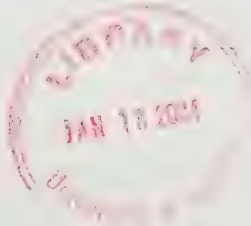
Fascicule n° 17

**Twenty-fourth and twenty-fifth meetings on:**  
The current state of Canadian media industries

**Vingt-quatrième et vingt-cinquième réunions concernant:**  
L'état actuel des industries de médias canadiennes

WITNESSES:  
(See back cover)

TÉMOINS:  
(Voir à l'endos)





THE STANDING SENATE COMMITTEE  
ON TRANSPORT AND COMMUNICATIONS

The Honourable Joan Fraser, *Chair*

The Honourable Leonard J. Gustafson, Deputy *Chair*  
and

The Honourable Senators:

Adams	Johnson
* Carstairs, P.C.	LaPierre
(or Robichaud, P.C.)	* Lynch-Staunton
Corbin	(or Kinsella)
Day	Merchant
Eyton	Phalen
Graham, P.C.	Spivak

*\*Ex Officio Members*

(Quorum 4)

LE COMITÉ SÉNATORIAL PERMANENT  
DES TRANSPORTS ET DES COMMUNICATIONS

*Présidente:* L'honorable Joan Fraser

*Vice-président:* L'honorable Leonard J. Gustafson  
et

Les honorables sénateurs:

Adams	Johnson
* Carstairs, C.P.	LaPierre
(ou Robichaud, C.P.)	* Lynch-Staunton
Corbin	(ou Kinsella)
Day	Merchant
Eyton	Phalen
Graham, P.C.	Spivak

*\* Membres d'office*

(Quorum 4)

**MINUTES OF PROCEEDINGS**

OTTAWA, Tuesday, November 4, 2003  
(37)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 9:32 a.m., in room 505, Victoria Building, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

*Members of the committee present:* The Honourable Senators Corbin, Fraser, Graham, P.C., Johnson, Merchant, and Spivak (6).

*Other senator present:* The Honourable Senators Carney, P.C. (1).

*In attendance:* Terrence Thomas and Joseph Jackson, Research Officers, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament.

*Also in attendance:* The official reporters of the Senate.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Wednesday, March 19, 2003, the Committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (*For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 6, dated March 20, 2003.*)

**WITNESSES:**

*From Corus Entertainment Inc.:*

Mr. John M. Cassaday, President and Chief Executive Officer;

Mr. Paul Robertson, President, Corus Television and Nelvana;

Mr. John P. Hayes, President, Corus Radio;

Ms. Kathleen McNair, Vice-President, Corporate and Regulatory Affairs, General Counsel.

Messrs. Cassaday, Hayes, and Robertson made a presentation and, with Ms. McNair, answered questions.

At 11:35 a.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

ATTEST:

OTTAWA, Thursday, November 6, 2003  
(38)

[English]

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 10:50 a.m., in room 160-S, Centre Block, the Chair, the Honourable Joan Fraser, presiding.

*Members of the committee present:* The Honourable Senators Corbin, Day, Fraser, Graham, P.C., Gustafson, Johnson, Merchant, and Spivak (8).

*Other senators present:* The Honourable Senators Grafstein, Joyal, P.C., Lavigne, Pélipin, and Stollery (5).

**PROCÈS-VERBAUX**

OTTAWA, le mardi 4 novembre 2003  
(37)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 9 h 32, dans la pièce 505 de l'édifice Victoria, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

*Membres du comité présents:* Les honorables sénateurs Corbin, Fraser, Graham, c.p., Johnson, Merchant et Spivak (6).

*Autre sénateur présent:* L'honorable sénateur Carney, c.p. (1).

*Également présents:* Terrance Thomas et Joseph Jackson, attachés de recherche, Direction de la recherche parlementaire, Bibliothèque du Parlement.

*Aussi présents:* Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mercredi 19 mars 2003, le comité poursuit son étude sur l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*L'ordre de renvoi figure dans le fascicule n° 6 du 20 mars 2003.*)

**TÉMOINS:**

*De Corus Entertainment Inc.:*

M. John M. Cassaday, président et chef de la direction;

M. Paul Robertson, président, Corus Television and Nelvana;

M. John P. Hayes, président, Corus Radio;

Mme Kathleen McNair, vice-présidente, Affaires commerciales et réglementation, avocate générale.

MM. Cassaday, Hayes et Robertson font une déclaration et, de concert avec Mme McNair, répondent aux questions.

À 11 h 35, le comité suspend ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ:

OTTAWA, le jeudi 6 novembre 2003  
(38)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui, à 10 h 50, dans la pièce 160-S de l'édifice du Centre, sous la présidence de l'honorable Joan Fraser (*présidente*).

*Membres du comité présents:* Les honorables sénateurs Corbin, Day, Fraser, Graham, c.p., Gustafson, Johnson, Merchant et Spivak (8).

*Autres sénateurs présents:* Les honorables sénateurs Grafstein, Joyal, c.p., Lavigne, Pélipin et Stollery (5).

*In attendance:* Terrence Thomas and Joseph Jackson, Research Officers, Parliamentary Research Branch, Library of Parliament.

*Also in attendance:* The official reporters of the Senate.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Wednesday, March 19, 2003, the Committee continued its examination of the current state of Canadian media industries. (*For complete text of Order of Reference, see proceedings of the committee, Issue No. 6, dated March 20, 2003.*)

**WITNESSES:**

*From CHUM Ltd.:*

Mr. Jay Switzer, President and Chief Executive Officer;

Ms. Sarah Crawford; Vice-President, Public Affairs;

Mr. Peter Miller, Vice-President, Planning and Regulatory Affairs.

Mr. Switzer and Ms. Crawford made a presentation and, with Mr. Miller, answered questions.

At 12:45 p.m., it was agreed that the committee adjourn to the call of the Chair.

**ATTEST:**

*Également présents:* Terrence Thomas et Joseph Jackson, attachés de recherche, Direction de la recherche parlementaire, Bibliothèque du Parlement.

*Aussi présents:* Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le mercredi 19 mars 2003, le comité poursuit son étude sur l'état actuel des industries de médias canadiennes. (*L'ordre de renvoi figure dans le fascicule n° 6 du 20 mars 2003.*)

**TÉMOINS:**

*De CHUM Ltd.:*

M. Jay Switzer, président et chef de la direction;

Mme Sarah Crawford, vice-présidente, Affaires publiques;

M. Peter Miller, vice-président, Planification et réglementation.

M. Switzer et Mme Crawford font une déclaration et, de concert avec M. Miller, répondent aux questions.

À 12 h 45, le comité suspend ses travaux jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

**ATTESTÉ:**

*Le greffier du comité,*

Till Heyde

*Clerk of the Committee*



**EVIDENCE**

OTTAWA, Tuesday, November 4, 2003

The Standing Senate Committee on Transport and Communications met this day at 9:32 to examine the current state of Canadian media industries; emerging trends and developments in these industries; the media's role, rights, and responsibilities in Canadian society; and current and appropriate future policies relating thereto.

**Senator Joan Fraser** (*Chairman*) in the Chair.

[*Translation*]

**The Chairman:** Good morning and welcome to this new meeting of the Committee.

[*English*]

Today, we have with us representatives from Corus Entertainment Inc. We are joined by Mr. Cassaday, President and CEO; Mr. Paul Robertson, President of Corus Television and Nelvana; Mr. John Hayes, President of Corus Radio; and, Ms. Kathleen McNair, Vice President, Corporate and Regulatory Affairs and General Counsel. This a tremendous panel, and we will have an interesting time this morning.

**Mr. John M. Cassaday, President and Chief Executive Officer, Corus Entertainment Inc.:** Good morning, members of the committee. Thank you for inviting us here today. As the chairman said, I am the president and CEO of Corus Entertainment. We are pleased to be here today to represent Corus Entertainment in these proceedings and to share our perspective on the issues before this committee.

Corus Entertainment is one of Canada's leading media companies, and one of its newest. In September 1999, Shaw Communications rolled out its broadcasting assets into a newly created public company, Corus Entertainment. Corus is an integrated media and entertainment company and recognized as a leader in our industry. Our vision is to be globally recognized as Canada's most influential entertainment company.

In four years, Corus has grown considerably. When we began operations in September 1999, we had 11 radio stations. We now have 50. Our television assets in 1999 included the specialty networks YTV, Treehouse and CMT, as well as equity positions in three other specialty networks. We now also own the W Network and have a majority stake in Telelatino, Canada's premier ethnic specialty network. We also have joint control of Teletoon and an equity position in the Food Network. As well, Corus owns Western Canada's pay-TV movie service, Movie Central, three digital television services, including the

**TÉMOIGNAGES**

OTTAWA, le mardi 4 novembre 2003

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 9 h 32 pour faire l'étude de l'état actuel des industries de médias canadiennes; les tendances et les développements émergents au sein de ces industries; le rôle, les droits, et les obligations des médias dans la société canadienne; et les politiques actuelles et futures appropriées par rapport à ces industries.

**Le sénateur Joan Fraser** (*présidente*) occupe le fauteuil.

[*Français*]

**La présidente:** Bonjour et bienvenue à cette nouvelle réunion du comité.

[*Traduction*]

Aujourd'hui, nous entendrons des témoins de Corus Entertainment Inc. Accueillons M. Cassaday, président et chef de la direction; M. Paul Robertson, président de la division de la télévision de Corus et Nelvana; M. John Hayes, président de la division de la radio de Corus; et Mme Kathleen McNair, vice-présidente, Affaires commerciales et réglementation, et avocate générale. Nous sommes heureux de recevoir un groupe aussi formidable, et je suis sûr que notre réunion sera des plus intéressantes, ce matin.

**M. John M. Cassaday, président et chef de la direction, Corus Entertainment Inc.:** Bonjour, mesdames et messieurs. Merci de nous avoir invités. Comme l'a mentionné la présidente, je suis président-directeur général de Corus Entertainment. Nous sommes heureux d'être ici aujourd'hui pour représenter Corus Entertainment au cours de ces audiences et pour vous faire part de nos points de vue sur les questions qui intéressent le comité.

Corus Entertainment est l'un des principaux groupes de médias canadiens, et l'un des plus récents. En septembre 1999, Shaw Communications a réuni ses actifs dans le domaine de la radiodiffusion en vue de créer une toute nouvelle société ouverte au public, Corus Entertainment. Corus est une entreprise intégrée dans le domaine des médias et du divertissement qui est reconnue comme un chef de file dans l'industrie. Nous ambitionnons d'être reconnus mondialement comme la plus importante société de divertissement au Canada.

En quatre ans, Corus a connu une croissance considérable. Lorsque nous avons démarré nos activités, en septembre 1999, nous comptons 11 stations de radio. Aujourd'hui, nous en possédons 50. En 1999, nos actifs en télévision comprenaient les réseaux de télévision spécialisée YTV, Treehouse et CMT, et nous avions une participation dans trois autres chaînes spécialisées. Nous sommes également propriétaires de W Network et avons des intérêts majoritaires dans Telelatino, le premier réseau de services spécialisés de télévision à caractère ethnique. Nous sommes aussi coactionnaires de Teletoon et avons une participation dans Food

Documentary Channel, in partnership with the CBC and the National Film Board, and three local television stations in Ontario.

Over the past four years, we have taken our place as the market leader in both radio and specialty television. Corus is making a major contribution to the broadcast and cultural landscape in Canada. Through our production company, Nelvana, we are also a leading supplier of Canadian animation programming to the world, and through Kids Can Press, we are the largest publisher of children's books in Canada.

You have heard of CKNW news, talk, sports in Vancouver, CHML hometown radio in Hamilton, CFPL in London, also CINW, all news radio in Montreal; YTV, the W network, Franklin the Turtle, Babar, the world's best known elephant — that is all us.

Corus has 50 radio stations from Quebec to British Columbia. We are Canada's largest radio operator in terms of revenue and audience tuning, and we use the collective strength of our 50 stations to serve our communities with the best in music, news, talk and sports programming.

Although we have built strength through the size of our radio operation and the operating efficiencies that this creates, our news and talk stations maintain editorial independence and rely heavily on local programming, including news coverage. This ensures that they provide local perspectives to their community and enhance the amount of news and information programming available to their listeners. Our radio stations also promote interaction between the stations and their audiences. We have a number of phone-in talk shows and we actively solicit audience feedback through e-mail.

To give you another example of this local independence, Corus also operates three local television stations in Kingston, Peterborough and Oshawa, Ontario. The stations are CBC affiliates, so they carry much of the national CBC schedule. However, Kingston and Peterborough each produce local supper hour and late night newscasts. Accordingly, the stations rely heavily on local programming in order to inform their communities and provide continued local perspective.

Network. Par ailleurs, Corus est propriétaire de Movie Central qui est le fournisseur des services de télévision offrant des films dans l'Ouest canadien par le truchement de canaux thématiques, de trois réseaux numériques de télévision spécialisée, y compris le Documentary Channel, en partenariat avec la Société Radio-Canada et l'Office national du film, et de trois stations de télévision locales en Ontario.

Depuis quatre ans, nous nous sommes imposés en tant que chef de file du marché, à la fois dans l'industrie de la radio et dans celle de la télévision spécialisée. Corus apporte une contribution majeure au monde de la radiodiffusion et de la culture au Canada. Grâce à notre société de production, Nelvana, nous sommes aussi l'un des principaux fournisseurs d'émissions d'animation canadiennes dans le monde, et par l'entremise de Kids Can Press, nous sommes également le plus important éditeur de livres pour enfants au Canada.

Vous avez certainement entendu parler de CKNW à Vancouver, une station qui diffuse des nouvelles, des émissions-débats ainsi que des nouvelles sportives, de CHML la radio locale de Hamilton, de CFPL à London, ainsi que de CINW, la radio de l'information continue à Montréal; de YTV, de W Network, de Benjamin, de Babar, l'éléphant le plus célèbre du monde entier — tous ont quelque chose à voir avec nous.

Corus possède 50 stations de radio, du Québec à la Colombie-Britannique. Nous sommes le plus important exploitant de stations de radio au Canada en ce qui a trait aux produits d'exploitation et aux cotes d'écoute, et nous tirons parti de la puissance collective de nos 50 stations de radio afin d'offrir la meilleure programmation à nos auditeurs, avec différentes formules d'émissions musicales, de nouvelles, d'émissions-débats et d'émissions sportives.

Même si nous constituons un groupe important étant donné le nombre de nos éléments d'actifs en radio et l'efficacité opérationnelle qui en résulte, il reste que les journalistes de nos stations spécialisées dans les nouvelles et les émissions-débats conservent leur indépendance et présentent principalement des émissions locales, y compris en ce qui concerne les nouvelles. Ainsi, on s'assure que ces stations offrent à la population locale des points de vue régionaux et présentent davantage d'émissions d'information et de bulletins de nouvelles à leurs auditeurs. Nos stations de radio favorisent également l'interaction entre les studios et l'auditoire. Nous présentons un certain nombre d'émissions de ligne ouverte, et nous sollicitons activement les commentaires de nos auditeurs par l'entremise du courrier électronique.

Pour vous citer un autre exemple de cette indépendance à l'échelle locale, Corus exploite aussi trois stations de télévision locales à Kingston, Peterborough et Oshawa, en Ontario. Ces stations sont affiliées à Radio-Canada, aussi elles présentent dans une large mesure la programmation de la Société. Toutefois, les stations de Kingston et de Peterborough produisent chacune leur bulletin de nouvelles à l'heure du souper et en fin de soirée. Par conséquent, ces stations font largement appel aux émissions locales et offrent constamment une perspective régionale.



Corus has a commitment to excellence in all its operations. We also have a strong commitment to excellence as an employer. We strive to be a model employer and we are dedicated to providing an environment where employees feel challenged, respected and valued. We offer our over 2,800 employees across Canada access to a variety of programs that support advancement through education, such as our "radio sales university" and our recently established Corus university programs, which are designed to enhance management leadership skills.

A positive "respect in the workplace" policy provides a foundation for Corus employees to thrive in an environment free from all forms of discrimination, and we enforce a strict "no harassment policy." In addition, we are proud to say that half of all Corus employees are female, with much higher representation on the board of directors and in senior management ranks than is the norm in the industry.

The message that we would like to share with you this morning is two-fold. First, Corus is an example of a company with interests in various media that contributes to a diversity of voices in the media. We take great care in this effort and great pride in our results.

Second, Corus believes that it is essential that government policies foster the development of strong Canadian media companies to ensure that there are Canadian voices and choices in the future. We must create and maintain an environment where Canadian companies can grow to both withstand the competition from international media giants and also become true players in the international arena.

**Mr. John P. Hayes, President, Corus Radio, Corus Entertainment Inc.:** In 1998 the CRTC issued a revised radio broadcasting policy, including a change with respect to multiple licence ownership. This change was made in an effort to ensure a strong well financed and well functioning radio industry for this country. The policy change allowed companies to increase the number of radio stations they operate in a single market depending on the size of the market. In a large market, which is defined as one with eight or more commercial radio stations, one company could own up to two FM stations and two AM stations.

So far, this policy change has proven to be very successful. It has improved the financial health of the country's commercial radio stations by allowing multiple licence owners to realize operating efficiencies in the administrative end of their operations. It has improved the diversity of our stations, it has improved our workplaces and it has improved the skill levels of our employees.

Corus est déterminée à faire preuve d'excellence dans toutes ses activités. Nous nous sommes aussi engagés à faire preuve d'excellence en tant qu'employeur. Aussi, nous nous efforçons d'agir comme un employeur modèle et d'offrir à nos employés un milieu de travail où ils se sentent stimulés, respectés et valorisés. Nous offrons à nos quelque 2 800 employés de partout au Canada un éventail de programmes de formation en milieu de travail, comme la «Radio Sales University» et le programme universitaire récemment mis sur pied par Corus en vue d'améliorer les compétences en matière de gestion et de leadership.

Corus s'appuie sur une politique prônant le «respect en milieu de travail» afin d'offrir à ses employés un milieu où aucune forme de discrimination n'est tolérée. De plus, nous appliquons une politique de tolérance zéro en matière de harcèlement. Et nous sommes fiers d'affirmer que la moitié des employés de Corus sont des femmes, et que cette représentation est encore plus importante, en proportion, au sein du conseil d'administration et dans les rangs de la haute direction que dans le reste de l'industrie.

Le message que nous aimerions vous livrer ce matin est double. Premièrement, Corus est l'exemple même d'une entreprise possédant des intérêts dans divers médias et qui laisse diverses voix s'exprimer dans ces médias. Nous accordons beaucoup d'importance à cette caractéristique, et nous tirons beaucoup de fierté de nos résultats.

Deuxièmement, Corus est d'avis qu'il est essentiel que les politiques gouvernementales favorisent le développement d'entreprises canadiennes fortes dans le domaine des médias afin que les Canadiens puissent faire entendre leurs voix et leurs idées dans le futur. Nous devons créer et maintenir un contexte favorable à la croissance des sociétés canadiennes afin qu'elles puissent résister à la concurrence des géants des médias du monde entier et devenir des joueurs avec lesquels il faut compter sur la scène internationale.

**M. John P. Hayes, président, Corus Radio, Corus Entertainment Inc.:** En 1998, le CRTC a révisé sa politique en matière de radiodiffusion et l'a modifiée notamment en ce qui concerne la propriété commune de plusieurs licences de radiodiffusion. Cette modification a été effectuée en vue de favoriser l'émergence d'une industrie de la radiodiffusion forte, en bonne santé financière et bien organisée dans ce pays. La politique révisée a permis à des entreprises d'accroître le nombre de stations de radio qu'elles pouvaient exploiter à l'intérieur d'un même marché, selon la taille de ce marché. Dans un grand marché, qui est défini comme un secteur comportant au moins huit stations de radio commerciales, la même entreprise pouvait être propriétaire d'au plus deux stations de radio MF et deux stations de radio MA.

Jusqu'à maintenant, cette nouvelle politique a donné de très bons résultats. Elle a amélioré la situation financière des stations de radio commerciales de ce pays en permettant aux propriétaires de plusieurs licences de radiodiffusion de rendre leur exploitation plus efficace sur le plan administratif. Elle a également favorisé une plus grande diversité dans nos stations, amélioré nos milieux de travail ainsi que les compétences de nos employés.



As for Corus Radio, we are Canada's market leader in revenue and audience listening. Nearly one in three Canadian listeners tune to a Corus radio station every week. As a result of our scope and our commitment, we make significant financial contributions to the development of Canadian musical talent and talent development initiatives.

The CRTC's ownership policy has allowed Corus Radio to operate more efficiently so that we can put the highest quality programming on the air. We have invested in research to ensure that our programming services are responsive to the desires of our local listeners. With audience testing and format mapping we are able to ensure that our services are relevant. Last year alone, Corus surveyed over 10,000 Canadians in our research efforts. We have also invested almost \$2 million to date in Corus Radio Sales University, our sales training initiative.

Corus Radio has also made a significant investment in AM radio. We now operate seven of the top 10 commercial AM news talk radio stations in English Canada. Our news talk stations in Vancouver, Edmonton, Winnipeg, Hamilton and Calgary are market leaders, ranking as either the number one station or within the top three stations.

Additionally, Corus Radio has introduced an innovative and creative format on the AM band with MOJO radio — talk radio for guys — in both Toronto and Vancouver. We have also invested more than \$5 million to launch and enhance our all-news AM stations in Montreal, operating one in English and one in French.

Clearly our AM stations provide the communities they serve with additional sources of local news and information programming. They also provide a meeting place where views can be shared and issues debated. Many have phone-in shows, which encourage listener discussion and debate and a range of opinions. They also act as an important vehicle to discuss issues of public concern. Our news talk stations were at the forefront of giving voice to a nation-wide radio debate over the Kyoto Protocol, providing an essential outlet for discussion of an issue that affects us all.

Although we operate news and talk stations in nine markets across Canada, Corus Radio does not have a national news editorial policy. News directors in local markets make the news coverage decisions because they are the best equipped to determine what is relevant for the audiences they serve. In fact, we believe that the greatest inherent strength of radio is its ability to react instantly to the needs and interests of a local community.

Le secteur de la radio de Corus est le chef de file canadien pour ce qui est des produits d'exploitation et des cotes d'écoute. Chaque semaine, près d'un Canadien sur trois écoute une station de radio de Corus. En retour, et étant donné notre engagement et de notre envergure, nous apportons une contribution financière importante au développement des talents musicaux canadiens et aux initiatives visant le perfectionnement de ces talents.

La politique du CRTC relative à la propriété a permis à Corus Radio d'améliorer sa rentabilité, et par le fait même de mettre en ondes des émissions d'excellente qualité. Nous avons investi dans la recherche afin de nous assurer que nos émissions répondent aux désirs de nos auditeurs locaux. À l'aide de programmes permettant de mesurer les cotes d'écoute et d'effectuer un mappage des émissions, nous avons pu nous assurer de la pertinence de nos services. L'année dernière seulement, Corus a interrogé plus de 10 000 Canadiens dans le cadre de ses recherches. Nous avons aussi investi près de 2 millions de dollars jusqu'ici dans la Corus Radio Sales University, notre programme de formation des représentants commerciaux.

Le secteur de la radio de Corus a également réalisé un important investissement dans la radio MA. Nous exploitons à l'heure actuelle sept des 10 principales stations commerciales MA diffusant des nouvelles et des émissions-débats au Canada anglais. Nos stations de nouvelles et d'émissions-débats à Vancouver, Edmonton, Winnipeg, Hamilton et Calgary sont des chefs de file sur le marché, et se classent soit au premier rang ou dans les trois premiers.

Par ailleurs, Corus Radio a introduit un format de présentation novateur et créatif sur la bande de fréquence MA avec MOJO radio — la station destinée à la gent masculine — à Toronto et Vancouver. Nous avons aussi investi plus de 5 millions de dollars pour lancer et améliorer nos toutes nouvelles stations MA à Montréal, dont l'une diffuse ses émissions en anglais, et l'autre en français.

Il est clair que nos stations de radio MA fournissent aux collectivités qu'elles desservent des sources additionnelles de nouvelles locales et d'émissions d'information. Elles servent également de tribune favorisant les échanges et les débats. Plusieurs comportent des émissions de ligne ouverte qui incitent les auditeurs à la discussion et qui favorisent l'expression d'un éventail d'opinions. Ces stations constituent aussi un important véhicule pour la discussion des sujets d'intérêt public. Nos stations de nouvelles et d'émissions-débats ont été parmi les premières à offrir une tribune à l'échelle du pays sur le Protocole de Kyoto, créant ainsi un forum de discussion essentiel sur une question qui concerne tous et chacun d'entre nous.

Même si nous exploitons des stations de radio de nouvelles et d'émissions-débats dans neuf marchés aux quatre coins du pays, Corus Radio n'a pas adopté de politique rédactionnelle nationale en ce qui concerne l'information. Dans les marchés locaux, les chefs des nouvelles prennent les décisions en ce qui concerne la couverture de l'information, parce qu'ils sont les mieux placés pour le faire. De fait, nous sommes persuadés que la plus grande

By that definition, local news directors must make the decisions as to what stories get covered.

Our news and programming directors ensure that listeners receive fair and balanced views on matters of public concern. For instance, CJOB AM in Winnipeg has a broadcast quality line to the legislature building in order to provide thorough coverage of provincial news and issues. Also, once a week, Manitoba Premier Gary Doer comes right into the CJOB studios to take listener phone calls live on the air.

Since radio is predominantly a local medium, our news stations recognize that they are the news outlets that the community turns to for local programming. Our FM stations are also committed to carrying local news, providing frequent updates on news throughout the day.

Corus is proud of the role we play in our local communities. A striking example of this important role was recently demonstrated during the blackout experienced by most of Eastern and Southern Ontario this past August. Corus radio stations were up and running when the need for information was great.

Across Ontario, Corus radio stations kept listeners informed, connected and updated during the crisis by broadcasting important messages concerning service updates, city closures and traffic situations. At one time, for approximately 40 minutes right at the very earliest stage of the blackout, when listeners were most in need of information, MOJO AM radio in Toronto was the only station on the air. MOJO was also the only station to stay continuously on the air during the blackout.

Besides coverage of the blackout itself, newspapers covered the role that radio played in keeping people informed. In an article from the following day on the blackout, the *Hamilton Spectator* praised the admirable job that radio did to keep listeners informed. The article highlighted Corus station CHML AM, which turned to its familiar open-line format during the blackout, allowing its listeners to become its eyes and ears on the streets of Hamilton. The station helped to calm people's fears and tried to keep track of the many closures in the city.

In addition to Toronto and Hamilton, Corus stations in London, Kingston, Barrie, Guelph, Collingwood and Peterborough all ceased regular programming to provide blackout information.

force de la radio est justement sa capacité de réagir instantanément aux besoins et aux intérêts de la collectivité locale. Selon cette définition, les chefs des nouvelles doivent prendre les décisions en ce qui concerne les événements à couvrir.

Nos directeurs des nouvelles et des émissions voient à ce que les auditeurs entendent un mélange équilibré et juste d'opinions sur les sujets d'intérêt public. Par exemple, la station CJOB AM à Winnipeg a établi une ligne de qualité radiodiffusion avec l'édifice de l'assemblée législative afin de fournir une couverture en profondeur des nouvelles et des enjeux d'intérêt provincial. Par ailleurs, une fois par semaine, le premier ministre du Manitoba, Gary Doer se rend directement dans les studios de CJOB afin de répondre aux auditeurs qui participent à une émission de ligne ouverte.

Étant donné que la radio est d'abord et avant tout un média local, nos stations de nouvelles reconnaissent qu'elles sont les sources vers lesquelles la collectivité se tourne pour obtenir des émissions d'intérêt local. Nos stations diffusant sur bande MF sont aussi déterminées à offrir des nouvelles locales, faisant régulièrement le point sur l'actualité et diffusant des capsules d'information pendant toute la journée.

Corus est fière du rôle qu'elle joue dans les collectivités locales. Un exemple frappant de ce rôle important a été démontré récemment durant la panne d'électricité survenue dans la majeure partie de l'est et du sud de l'Ontario, en août dernier. Les stations de radio de Corus ont continué de diffuser leurs émissions d'information à un moment où le besoin s'en faisait cruellement sentir.

Partout en Ontario, les stations de radio de Corus ont informé, leurs auditeurs, les ont reliés entre eux et tenus au courant pendant toute la durée de la crise en diffusant d'importants messages concernant l'évolution des services, les fermetures dans la localité et l'état de la circulation. À un certain moment, durant près de 40 minutes, au tout début de la panne d'électricité, alors que les auditeurs avaient le plus besoin d'information, la station de radio MOJO AM de Toronto était la seule à émettre sur les ondes. MOJO a été aussi la seule station à émettre sans interruption durant toute la panne d'électricité.

Les journaux ont décrit le rôle que la radio a joué en tenant les gens au courant de ce qui se passait en plus de simplement couvrir la panne proprement dite. Dans un article publié le lendemain de la panne d'électricité dans le *Hamilton Spectator*, le journaliste rendait hommage au travail admirable accompli par la radio pour tenir ses auditeurs bien informés. L'article mentionnait que la station CHML AM de Corus, qui a adopté son format de présentation habituel de ligne ouverte durant la panne d'électricité, a permis à ses auditeurs de devenir en quelque sorte ses yeux et ses oreilles sur le terrain, à Hamilton. La station a contribué à calmer les appréhensions de la population et a permis de suivre de près les nombreuses fermetures survenues dans la ville.

En plus de celles de Toronto et Hamilton, les stations de Corus situées à London, Kingston, Barrie, Guelph, Collingwood et Peterborough ont toutes cessé leurs émissions régulières pour fournir des bulletins d'information sur la panne d'électricité.

In addition to our AM news stock stations, Corus Radio provides diverse musical programming formats, primarily on our FM stations, to local area listeners and makes significant contributions to the development of Canadian musical talent.

Under Corus ownership, a number of our stations have replaced U.S. syndicated programming with local originated content. For example, when we acquired the Toronto station CILQ Q107 FM WIC radio, we replaced Howard Stern with a locally produced morning show featuring John Derringer.

Recently, at our Edmonton station, Power 92.5, we dropped a U.S. syndicated show, "Rick Dees Weekly Top 40," and replaced it with a new local initiative.

Corus radio stations are leaders in their communities. Our stations provide \$31 million in support each year to local charities and community events through public service announcements and fundraisers. For example, our Winnipeg station, CJKR-FM Power 97 was the sponsor of the 2003 Blitz Build for Habitat for Humanity Winnipeg. Over the last two years, Power has played host to many live-to-air performances by an array of artists. These popular tracks have now been compiled on one CD. A limited-edition run of 2,000 copies of this CD available exclusively in Winnipeg sold out in two days and helped raise a large portion of the \$90,000 that was raised to build a Habitat home, one of seven built in the area.

Not only did Power help raise money for Habitat, but Corus employees personally volunteered with Habitat and provided the vital skills that helped to build the house. This house is now home to a single mother and her three children.

We have also committed to spending more than \$27.5 million on tangible benefit initiatives to support the development of Canadian talent. This includes over \$10.3 million for the Radio Star Maker Fund, \$3.3 million for Fonz Radio Star; almost \$6.8 million for Factor, \$2.5 million for MusicAction; and \$500,000 for Canadian Music Week. In addition, Corus Radio stations make a regular annual contribution of \$420,000 to a variety of Canadian talent development initiatives.

Corus Radio has the scale to make a major contribution. This scale adds to diversity because of our focus on local editorial. We are extremely aware of the responsibility we have as an operator of radio, a local medium. We take that responsibility very seriously and will continue to do so.

En plus de diffuser des nouvelles sur ses stations de radio MA, la division de la radio de Corus met en onde des émissions musicales diverses, surtout sur les stations MF, à l'intention de ses auditeurs locaux et contribue ainsi considérablement au développement des talents musicaux canadiens.

Depuis que Corus a fait l'acquisition de certaines stations, un certain nombre ont supplanté des émissions de radio vendues sous licence américaine et les ont remplacées par des émissions ayant un contenu local original. Par exemple, nous avons acquis la station de radio CILQ Q107 MF de Toronto et avons remplacé Howard Stern par John Derringer, un animateur d'émission matinale.

Récemment, à notre station d'Edmonton, Power 92.5, nous avons abandonné une émission vendue sous licence américaine intitulée, «Rick Dees Weekly Top 40,» et l'avons remplacée par une nouvelle initiative locale.

Les stations de radio de Corus sont des chefs de file dans leur collectivité. Nos stations distribuent chaque année l'équivalent de 31 millions \$ à des oeuvres de bienfaisance locales et à organisations communautaires en diffusant des messages d'intérêt public et en organisant des campagnes de financement. Par exemple, notre station de Winnipeg, CJKR-FM Power 97 a parrainé le Blitz de construction 2003 pour l'organisation Habitat pour l'humanité de Winnipeg. Depuis deux ans, la station Power est l'hôte de nombreuses prestations en direct un éventail d'artistes. Ces enregistrements populaires ont été gravés sur un disque compact. Une édition limitée à 2 000 exemplaires de ce CD mise en vente uniquement à Winnipeg a été épuisée en l'espace de deux jours seulement et a permis d'amasser une bonne part du montant de 90 000 \$ ayant servi à construire l'une des sept maisons du projet Habitat.

Non seulement la station Power a-t-elle recueilli de l'argent pour Habitat, mais les employés de Corus ont offert bénévolement leurs services et ont participé avec Habitat à la construction d'une maison. Cette maison appartient désormais à une mère de famille monoparentale et à ses trois enfants.

Nous avons également pris des engagements totalisant plus de 27,5 millions de dollars en avantages réels axés sur le soutien aux artistes canadiens. Ce montant comprend notamment plus de 10,3 millions destinés au Radio Star Maker Fund; 3,3 millions pour le Fonz Radio Star; près de 6,8 millions pour Factor; 2,5 millions pour MusicAction; et enfin, 500 000 \$ pour Canadian Music Week. De plus, les stations de radio de Corus y vont chaque année d'une contribution de 420 000 \$ à diverses initiatives visant à promouvoir les artistes canadiens.

La division de la radio de Corus possède l'envergure nécessaire pour faire une contribution significative. Cette envergure contribue à la diversité parce que nous nous concentrons sur le contenu local en matière d'information. Nous sommes extrêmement soucieux d'assumer notre responsabilité en tant qu'exploitant d'une station de radio, autrement dit un média local. Nous prenons cette responsabilité très au sérieux, et nous continuerons de le faire.



**Mr. Paul Robertson, President, Corus Television and Nelvana, Corus Entertainment Inc.:** Honourable senators, Corus Television is a leader in specialty television, with networks that are recognized from coast to coast, including YTV, W, CMT, Treehouse, Teletoon and Telelatino.

We also operate Western Canada's pay television movie service, Movie Central, and are playing a leading role in the rollout of digital television in Canada with the launch two years ago of our digital channels, Scream, The Documentary Channel and Discovery Kids.

Over the past five years, Corus Television Services have helped to trigger more than \$1 billion in Canadian television production. Over the next seven years, Corus will spend more than \$500 million on Canadian television programs.

Our national specialty networks carry high levels of Canadian content in the forms of kids' programming, drama, variety and lifestyle programming. They do not carry local or hard news.

Our conventional television broadcast stations in Ontario have no single editorial policy. Let us take a look at CKWS television, in Kingston, which has been on the air since the mid-1950s. As a CBC affiliate, CKWS-TV is a vehicle for CBC national and regional news to reach viewers in Southeastern Ontario, as well as the source for local news, weather and sports on television. This station produces more than 12.5 hours of local news per week, including early evening and late evening newscasts. The 12.5 hours of local news coverage a week are, incidentally, well above CKWS's basic licence requirement by the CRTC to produce nine hours and 10 minutes of local news programming per week. We consider this to be an exceptional amount of local news and we are proud of our achievements.

The news programming on CKWS includes structured 30- or 60-minute newscasts, with an anchorperson introducing locally produced television news stories on the daily events in the Kingston, Belleville and Brockville areas. The news programming features local event leaders and opinion makers, which is highly relevant to the people living in those communities.

The extent of local news programming is much the same at our other local stations in Peterborough and Oshawa. As the operators of these stations, we believe in the importance of maintaining these local voices, and are committed to maintaining the editorial independence in all of our conventional television stations.

**M. Paul Robertson, président, Corus Television and Nelvana, Corus Entertainment Inc.:** Honorables sénateurs, la division de la télévision de Corus est un chef de file de la télévision spécialisée grâce à ses réseaux qui sont reconnus d'un bout à l'autre du pays, et notamment YTV, W, CMT, Treehouse, Teletoon et Telelatino.

Nous exploitons aussi le service de diffusion de films de la télévision payante, Movie Central, dans l'Ouest canadien, et nous avons joué un rôle de premier plan dans le déploiement de la télévision numérique au Canada avec le lancement, il y a deux ans, de nos réseaux numériques, Scream, Documentary Channel et Discovery Kids.

Ces cinq dernières années, les services de la télévision de Corus ont été à l'origine ou ont participé à la production d'émissions de télévision canadiennes totalisant plus de 1 milliard de dollars. Au cours des sept prochaines années, Corus investira plus de 500 millions dans des émissions de télévision canadiennes.

Nos réseaux spécialisés nationaux diffusent beaucoup d'émissions à contenu canadien qui adoptent divers formats: émissions pour enfants, séries dramatiques, variété et style de vie. Elles ne diffusent pas de nouvelles locales ou de nouvelles chaudes.

Nos stations de télévision classiques en Ontario n'ont pas adopté de politique rédactionnelle unique. Prenons par exemple la station de télévision CKWS, à Kingston, qui diffuse des émissions depuis le milieu des années 50. En tant que station affiliée à Radio-Canada, CKWS-TV sert de véhicule pour la diffusion des bulletins de nouvelles régionales et nationales produits par la Société à l'intention des auditeurs du sud-est de l'Ontario, et est également la source de nouvelles locales, de bulletins de météo et de nouvelles sportives à la télévision. Cette station produit plus de 12,5 heures d'émissions de nouvelles locales par semaine, y compris les journaux télévisés de début et de fin de soirée. Ces 12,5 heures d'émissions de nouvelles locales, soit dit en passant, dépassent de beaucoup les normes établies par le CRTC qui exige la production de neuf heures et 10 minutes d'émissions de nouvelles locales par semaine. Nous considérons qu'il s'agit d'une quantité exceptionnelle de bulletins de nouvelles locales, et nous sommes fiers de nos réalisations.

Les émissions d'actualité diffusées sur CKWS comprennent notamment des journaux télévisés en format de 30 ou de 60 minutes animés par un chef d'antenne qui présente des bulletins produits par les stations de télévision locales sur les événements survenus dans la journée, dans la région de Kingston, Belleville et Brockville. Ces émissions de nouvelles présentent des leaders d'opinion et des décideurs locaux, ce qui intéresse à coup sûr les personnes qui vivent dans ces collectivités.

L'ampleur de ces émissions de nouvelles locales est sensiblement la même dans nos autres stations locales de Peterborough et d'Oshawa. En tant qu'exploitant de ces stations, nous sommes convaincus de l'importance de donner la parole à ces voix locales, et nous sommes déterminés à maintenir l'indépendance rédactionnelle dans chacune de nos quatre stations de télévision classiques.

Corus also owns one of the world's leading producers of animated children's programming. In the fall of 2001, Corus acquired Nelvana Limited. Nelvana is also one of this country's most successful exporters of Canadian cultural products, with loved characters such as Franklin, Little Bear and Babar.

Nelvana programming has been sold to over 200 countries around the world. In the U.S., Nelvana has more programs airing on broadcast networks than any other independent producer in the world.

Corus also owns Kids Can Press, a division of Nelvana. Kids Can Press is Canada's largest publisher of children's books. Among its numerous titles is a 2002 Governor General's Literary Award winner for a children's illustration called *Alphabeasts*.

**Mr. Cassaday:** Once again, we would like to thank you for inviting Corus Entertainment to participate in these proceedings. In our introductory remarks, we told you about the messages that we wanted to share with you today.

To conclude, we are very proud of our accomplishments and contributions to date. We look forward to the future and what it holds.

Corus is a positive example of how a company with interests in various media can remain deeply committed to maintaining an array of voices in the media and ensuring that the local communities we serve do not lose the local content that they desire.

The ability of our radio and television stations to speak to and for the communities in which they operate is a source of pride for Corus, and something that we will continue to safeguard.

We believe it is absolutely essential for the success of the Canadian media system that we create and maintain an environment where Canadian companies such as Corus can grow and thrive both domestically and internationally so that our contribution in Canada can also grow.

Our vision is to be recognized as Canada's most influential entertainment company. We believe that in order to achieve that vision, we must be able to operate in a predictable and supportive regulatory environment.

The media consolidation that we all saw in the last several years — and Corus has most certainly been a participant in that trend — has allowed for strong Canadian media companies with the resources to deliver outstanding programming that is about Canadians. This is essential in an ever-increasing competitive environment. The consolidation is the result of the increasing fragmentation of audiences due to the sheer abundance of choices available to consumers. Canadians have access to hundreds of television stations, both Canadian and foreign, as well as to

Corus possède également l'une des plus importantes maisons de production d'émissions pour enfants au monde. À l'automne 2001, Corus a fait l'acquisition de Nelvana Limited. Nelvana est aussi l'une des plus grandes sociétés d'exportation de produits culturels canadiens, notamment de personnages aussi populaires que Benjamin, Petit ours et Babar.

Les émissions produites par Nelvana sont vendues dans plus de 200 pays. Aux États-Unis, Nelvana diffuse plus d'émissions sur les réseaux de télévision que tout autre producteur indépendant dans le monde.

Corus possède également Kids Can Press, une division de Nelvana. Kids Can Press est le plus important éditeur de livres pour enfants du Canada. Parmi les nombreux titres qu'il publie, on retrouve notamment un livre pour enfants intitulé *Alphabeasts* qui s'est mérité le Prix du Gouverneur général 2002 pour l'illustration de livres d'enfants.

**M. Cassaday:** Je tiens à vous remercier, encore une fois, d'avoir invité Corus Entertainment à participer à ces audiences. Dans notre déclaration préliminaire, nous vous avons fait part des messages que voulions vous transmettre aujourd'hui.

En conclusion, nous sommes très fiers de nos réalisations et des contributions que nous avons faites jusqu'ici. Nous sommes confiants dans le futur et dans ce qu'il nous réserve.

Corus illustre bien comment une entreprise possédant des intérêts dans divers médias peut se montrer déterminée à faire entendre diverses voix dans les médias justement, et à faire en sorte que les collectivités locales ne perdent pas le contenu local qui les intéresse.

La capacité de nos stations de radio et de télévision de parler au nom des collectivités où elles évoluent et s'adresser à elles est une source de fierté pour Corus, et une caractéristique que nous voulons conserver.

Nous sommes convaincus qu'il est absolument essentiel à la réussite du système des médias canadiens de créer et de maintenir un environnement où des entreprises canadiennes comme Corus peuvent grandir et prospérer, à la fois au pays et à l'échelle internationale afin que notre contribution au Canada puisse elle aussi s'accroître.

Nous avons le dessein de devenir la société chef de file du divertissement au Canada. Nous pensons que pour atteindre cet objectif, il nous faut évoluer au sein d'un cadre réglementaire prévisible et favorable.

La consolidation des médias à laquelle nous assistons depuis quelques années — et Corus a très certainement alimenté cette tendance — a favorisé le développement de sociétés de médias canadiennes vigoureuses qui présentent des émissions de grande qualité qui parlent des Canadiens. Elle est essentielle dans cet univers où la concurrence est de plus en forte. La consolidation est le résultat de la fragmentation croissante des auditoires qui s'explique tout simplement par l'abondance des choix qui s'offrent aux consommateurs. Les Canadiens ont accès à des



numerous radio stations, newspapers, Internet sites and gaming platforms. The array of choices vying for the eyes and ears of Canadians is astounding.

What Canadians in general, and media industries specifically, do not need are further regulatory mechanisms to ensure media diversity in Canada. Corus believes it is critical for public policy instruments to be used to nurture and support the growth of strong media companies to safeguard and develop our cultural heritage.

The reality is that Canadian firms like Corus do not compete domestically, we compete internationally. We need the government's support, through a predictable and supportable regulatory environment, to counter the increasing competitive challenges that we face. This is essential for the health of our industry.

We also need the support in the form of stable funding for the Canadian Television Fund. We need to see the continued cooperation between broadcasters, distributors, producers and the federal government to fight the theft of illegal satellite signals.

The Radio Communications Act needs to be amended to provide for statutory damages. As well, the act should expressly provide for the seizure of grey- or black-market equipment by customs officers.

We also need to see reforms made to the Copyright Act. The copyright regime must be affordable, predictable and permit technological advancements.

How does all of this benefit the broadcasting system as a whole? Strong media companies such as Corus are able to become leaders in radio and television and introduce diverse programming choices to Canadians. We are also able to invest in and support the launch of digital channels like our documentary channel and make significant contributions to the development and production of Canadian programming and voices.

Strong media companies such as Corus are able to capitalize on cross-media synergies to promote Canadian talent and programming. Once more, thank you for inviting Corus Entertainment Inc. to participate in these proceedings. We will be pleased to answer any questions from the committee.

**Senator Carney:** I thank the witnesses for their very fine presentation, and I have two items to disclose to them.

The first is that I am a director of Rogers Media, so I have some knowledge of what you are talking about and I know about your outstanding record. The second is that I am the very proud aunt of Natalie Carney, who worked as a technical producer at

centaines de canaux de télévision, tant canadiens qu'étrangers, ainsi qu'à un grand nombre de stations de radio, de journaux, de sites Internet et de plates-formes de jeu. L'éventail de choix en concurrence pour captiver les yeux et les oreilles des Canadiens est tout simplement renversant.

Mais ce dont les Canadiens en général et les industries des médias en particulier n'ont pas besoin, c'est d'autres mécanismes de réglementation afin de garantir la diversité des médias au Canada. En effet, Corus est d'avis qu'il est essentiel que les mécanismes de politique publique soient utilisés pour soutenir et favoriser la croissance de sociétés de médias vigoureuses capables de protéger et de développer notre patrimoine culturel.

En réalité, des entreprises comme Corus n'ont pas vraiment de concurrents à l'échelle nationale, mais plutôt à l'échelle internationale. Nous avons par conséquent besoin de l'appui du gouvernement, un appui qui devrait prendre la forme d'un cadre réglementaire prévisible et justifiable, pour relever les défis de plus en plus difficiles que nous pose la concurrence. La santé de notre industrie dépend de cet appui.

Nous avons aussi besoin d'un soutien sous la forme d'un financement stable pour le Fonds canadien de télévision. Il faut pouvoir compter sur la collaboration constante entre les radiodiffuseurs, les distributeurs, les producteurs et le gouvernement fédéral afin de lutter contre le vol des signaux transmis par satellite.

La Loi sur la radiocommunication doit être modifiée en vue de prévoir des dommages-intérêts légaux. Par ailleurs, la Loi devrait prévoir expressément la saisie par des agents des douanes du matériel lié au marché noir ou gris.

Nous croyons que la Loi sur le droit d'auteur devrait aussi être révisée. Le système des droits d'auteur doit être abordable, prévisible et il doit permettre les progrès technologiques.

Quels sont les avantages de toutes ces mesures pour le système de radiodiffusion dans son ensemble? Des entreprises de médias solides comme Corus possèdent les qualités nécessaires pour devenir des chefs de file dans le domaine de la radio et de la télévision et pour présenter des émissions variées à leur public canadien. Nous sommes aussi capables d'investir dans le lancement de réseaux numériques comme notre canal sur les documentaires et de faire d'importantes contributions au développement et à la production d'émissions et de voix canadiennes.

Des entreprises solides comme Corus sont capables de tirer profit des synergies créées par le croisement des médias en vue de promouvoir les talents et les émissions canadiennes. Je vous remercie encore d'avoir invité Corus Entertainment Inc. à participer à ces audiences. Nous répondrons avec plaisir à toutes vos questions.

**Le sénateur Carney:** Je remercie les témoins pour leur excellent exposé, et j'aimerais leur faire part de deux choses.

La première, c'est que je suis membre du conseil d'administration de Rogers Media, aussi j'ai une certaine connaissance de ce dont vous parlez et je suis au courant de votre extraordinaire réussite. Deuxièmement, je suis très fière



CKNW, your station in Vancouver. She found it be a very fine station to work for. She went to Dubai to be a technical producer for the United Arab Republic and is now in Egypt doing the same work. She thought that CKNW and Corus was a great company to work for.

Some of the community benefits that you outlined are required by the CRTC as a licensing requirement for your expansion. As you buy radio stations and consolidate them, you are required to have community benefits. Is the extensive list of benefits that you have given us to meet those requirements or are they in excess of the CRTC requirements for acquiring new licences?

**Mr. Cassaday:** About \$27 million was required as tangible benefits associated with the acquisition of various radio stations. Fundamental to the success of each radio station is the contribution they make locally, including involvement through public service announcements and activities with local charities and communities. Our Orphan's Fund at CKNW in Vancouver, with which you would be familiar, is hugely successful. We raised over \$1 million in one single day.

**Senator Carney:** So you are not just meeting your regulatory requirements?

**Mr. Cassaday:** No. It is critical to our success that we are seen to be leaders in the community.

**Senator Carney:** You talked about multi-station licensing. I know that this is a real issue in radio. Do you think that the issuance by the CRTC of the right to have multi-stations in these markets, which has led to a proliferation of radio stations, is cannibalizing the market? You and other companies have many more stations in these markets, but what happens to your market share? In many cases, it is a stagnant or slow-growing market. What is your perception of what the proliferation of the right to hold licences has done to the market?

**Mr. Cassaday:** The most important thing to remember is that prior to the regulatory change in 1987 or 1998, approximately half the radio stations in Canada were losing money, most of them being AM stations. There was a requirement, therefore, for a fundamental change in the structure of the business.

In our opening remarks today, we talked about our ability, through the scale that we have achieved, to bring operating efficiencies and to add a lot in terms of research and reaching out to our listeners to make our stations more effective and competitive in the marketplace.

d'être la tante de Natalie Carney, qui a travaillé pour la station CKNW, à Vancouver, à titre de productrice technique. Elle m'a confié qu'elle aimait beaucoup travailler pour cette station. Elle est ensuite partie pour Dubaï, en vue d'y travailler à titre de productrice technique, en République arabe unie, et actuellement elle est en Égypte pour y faire le même travail. Elle disait que la station CKNW et Corus étaient de bons employeurs.

Certains des avantages pour la collectivité que vous avez énumérés font partie des exigences du CRTC relatives à l'octroi d'une licence en vue de l'expansion. Lorsque vous achetez des stations de radio et que vous les consolidez, vous êtes tenus d'offrir en contrepartie certains avantages dans les collectivités. Est-ce que la liste détaillée des avantages que vous nous avez énumérés répond à ces exigences ou dépassent-elles les normes du CRTC relativement à l'acquisition de nouvelles licences?

**M. Cassaday:** Un montant d'environ 27 millions \$ a été exigé à titre d'avantage tangible associé à l'acquisition de diverses stations de radio. Les contributions qu'elles font à l'échelle locale sont fondamentales pour le succès des stations de radio, et ces contributions comprennent notamment la diffusion de messages d'intérêt public ainsi que la participation à des activités organisées par des oeuvres de bienfaisance et des organismes communautaires. Le Fonds pour les orphelins de CKNW, à Vancouver, dont vous avez sans doute entendu parler, remporte un énorme succès. En effet, nous avons réussi à amasser plus de 1 million de dollars en une seule journée.

**Le sénateur Carney:** Donc, vous ne vous contentez pas simplement de respecter les exigences qui vous sont imposées par la réglementation?

**M. Cassaday:** Non. Il est essentiel à notre réussite que nous soyons considérés comme des chefs de file dans la collectivité.

**Le sénateur Carney:** Vous avez abordé la question de la propriété de plusieurs licences pour des stations de radio. Je sais que cette question est vraiment cruciale pour le monde de la radio. Pensez-vous que le fait que le CRTC permette à des sociétés d'être propriétaires de plusieurs stations dans le même marché, ce qui entraîne la prolifération des stations de radio, entraîne la cannibalisation du marché? Je sais que votre société et quelques autres possèdent beaucoup plus de stations dans ces marchés, mais quelles sont les conséquences sur votre part du marché? Dans bien des cas, cela crée un marché stagnant ou dont la croissance est ralentie. Quelles sont d'après vous les conséquences de la prolifération du droit de détenir plusieurs licences d'exploitation sur le marché?

**M. Cassaday:** La chose la plus importante à se rappeler est qu'avant que l'on ne modifie la réglementation en 1987 ou en 1998, environ la moitié des stations de radio au Canada perdaient de l'argent, et la plupart diffusaient sur la bande MA. Il a donc fallu modifier en profondeur la structure de ces entreprises.

Dans notre déclaration préliminaire, nous avons mentionné notre capacité, grâce à l'envergure que nous avons atteinte, d'améliorer l'efficacité opérationnelle et de faire beaucoup plus sur le plan de la recherche et de l'approche de nos auditeurs, afin que nos stations deviennent plus efficaces et plus concurrentielles sur le marché.

The single biggest threat to cannibalization of market share is not the multiple-station ownership rules but the licensing of new stations that has been quite prevalent in the last number of years. I would say that the Canadian radio business is as strong today as it has been in the last 15 years.

**Senator Carney:** What do you see as the future of digital television services? It is not exactly a money maker at the moment, but the technology seems to be driving this. What do you foresee happening in the world of digital television? You have 15 additional licences, which is quite a number for category 2 digital television services, so you must have faith in the future of this service. How will that impact on the Canadian viewer and the Canadian advertising market?

**Mr. Cassaday:** As the penetration of digital increases in Canada, it will provide additional opportunities for the growth of these digital channels. I think it is fair to say that today there are no profitable digital channels, but there are over 25 services on the air and available to Canadians that are developing their skills and attracting audiences.

The key factor today is low penetrations of digital. It is our view that digital will be ubiquitous within the next five to seven years, and at that time I think we will see the flowering of these digital channels and ultimately we will see them become profitable.

In our case, we have three digital channels. We lost about \$4 million on them last year and will lose another \$2 million this year. We think we will be profitable within two years on those services.

**Senator Carney:** What is driving it? There are only a certain number of viewers and a certain number of advertisers, so what is driving the growth in digital services?

**Mr. Cassaday:** Currently, all the funding for them is coming from subscriber fees. Once audiences increase as a result of the penetration of digital boxes, we will be able to attract advertisers. We are increasing our viewership on a regular basis. People are finding the documentary channel and watching it in increasing numbers. There is no question that there is an audience for these services. They cannot compete effectively 24 hours a day with outstanding programming, but if you look at the TV listings on a weekly basis, you will find programs of interest across the broad array of digital channels. That is what viewers are doing right now. They are finding choices that they want to make and they are tuning in to them.

**Senator Carney:** Given your interest in digital, have you any interest in going into the telecommunications aspect of broadcasting, bundling telecommunications with your digital channels?

La plus grande menace de cannibalisation de la part du marché ne vient pas de l'application des règles permettant la propriété de plusieurs stations, mais plutôt de l'octroi de licences pour de nouvelles stations, ce qui est assez répandu depuis quelques années. Je dirais que le marché de la radio canadien n'a rien perdu de la vigueur qu'il avait depuis les 15 dernières années.

**Le sénateur Carney:** Comment voyez-vous l'avenir des services de télévision numérique? On ne peut pas dire que ce soit un secteur très lucratif pour le moment, mais il me semble que la technologie va dans cette direction. Qu'entrevoyez-vous dans le futur pour la télévision numérique? Vous possédez 15 nouvelles licences, ce qui n'est pas peu dire pour des services de télévision numérique de catégorie 2, aussi vous devez avoir confiance dans l'avenir de ce service. Quelle sera l'incidence sur les téléspectateurs canadiens et le marché de la publicité au Canada?

**M. Cassaday:** Au fur et à mesure que la télévision numérique pénétrera le marché au Canada, cela va créer de nouvelles occasions favorables pour la croissance de ces réseaux numériques. Je pense que l'on peut affirmer sans crainte qu'aucun de ces réseaux numériques n'est rentable aujourd'hui, mais il y en a plus de 25 qui diffusent des émissions, qui sont à la disposition des Canadiens et qui s'efforcent de perfectionner leurs compétences et d'attirer de nouveaux auditoires.

Le principal facteur est la lenteur de la pénétration de ce marché. Nous pensons que la télévision numérique sera très répandue d'ici cinq à sept ans, et qu'à ce moment, nous assisterons à la prolifération de ces réseaux numériques et qu'ils finiront par devenir rentables.

En ce qui nous concerne, nous en possédons trois. Nous avons perdu près de 4 millions \$ l'année dernière dans ce marché, et nous prévoyons perdre encore 2 millions cette année. Nous pensons atteindre la rentabilité d'ici deux ans avec ces services.

**Le sénateur Carney:** Qu'est-ce qui pousse ce secteur? Il n'y a qu'un petit nombre d'auditeurs et un petit nombre d'annonceurs, aussi on peut se demander ce qui motive la croissance de ces services numériques?

**M. Cassaday:** À l'heure actuelle, tout le financement provient des frais d'abonnement. Lorsque les auditoires auront grossi par suite de la pénétration des boîtes numériques, nous serons capables d'attirer des annonceurs. Nos téléspectateurs augmentent régulièrement. Les gens apprécient le canal de documentaires, et le regardent de plus en plus. Il ne fait aucun doute qu'il existe un marché pour ces services. Ils sont incapables de concurrencer efficacement des émissions extraordinaires 24 heures par jour, mais si vous consultez le télé-horaire chaque semaine, vous y trouverez des émissions intéressantes sur tout le vaste éventail des canaux numériques. C'est ce que les téléspectateurs font en ce moment. Ils font leur choix, et ils syntonisent le canal qui leur plaît.

**Le sénateur Carney:** Étant donné votre intérêt pour la télévision numérique, êtes-vous intéressé à vous lancer dans les aspects liés à la télécommunication de la radiodiffusion, autrement dit, à regrouper les télécommunications avec vos canaux numériques?

**Mr. Cassaday:** We see ourselves as being a great partner for telecom services that want to bundle. If they want to use our services as value-added, then we see ourselves as being in a great position to help. However, because it is basically the broadcasting distribution undertakings, BDUs, that are the ultimate direct contact with our audiences, we have to work through them. We will be working through telecoms as they get into the distribution of video in the future, particularly as it relates to the availability of movies and series on a video-on-demand basis. That is when we will become a real bundling partner for the telecom players.

**Senator Carney:** That is one of the directions in which the industry is going, and other people may want to explore that.

**Senator Merchant:** There are two areas in which I would like to seek your input. I am looking at the public interest versus special interests. The CRTC decision seemingly diminished competition in many markets by allowing a single company to own up to four radio stations, or three in smaller markets like Saskatoon and Regina. I understand that you can manage other radio stations.

In a situation where there may be only one or two companies controlling advertising rates and the times when advertisements are run, we are seeing a diminution of news, because many people are not interested in news broadcasting. The buyers of advertising are paying higher rates, because of the control exerted on the market.

How is this serving the public listening to radio?

**Mr. Cassaday:** There are a couple of layers to the answer to that question, but one must remember the context that radio was failing miserably in Canada. Over half our stations were losing money. Also, when the CRTC introduced multiple-station ownership, in the U.S. they had evolved beyond that to the second stage of deregulation. The first stage was the two AM stations plus two FM stations, which we are into now. The second stage has been called open skies in the U.S. We are far less advanced, therefore, in terms of the level of concentration than they are in the United States.

Also, in Canada we have the Competition Bureau. While the CRTC has said that it is possible to own two AM stations and two FM stations in a market that has more than eight radio stations, the Competition Bureau looks at the degree of ownership and generally will not approve consolidation that results in ownership levels that exceed 30 per cent of the share in any given market.

**M. Cassaday:** Nous nous considérons comme d'excellents partenaires pour les services de télécommunication désireux de regrouper leurs services. S'ils veulent utiliser nos services à titre de services à valeur ajoutée, alors nous pensons que nous sommes en bonne position pour leur venir en aide. Toutefois, ce sont les entreprises de distribution de radiodiffusion, les EDR, qui assurent le contact ultime avec nos auditoires, et nous devons passer par leur intermédiaire. Nous avons l'intention de collaborer avec les sociétés de télécommunications lorsqu'elles feront leur entrée dans la distribution des vidéos, dans le futur, et en particulier en ce qui a trait à la disponibilité des films et des séries dans un contexte de vidéos sur demande. C'est à ce moment-là que nous pourrions réellement parler de regroupement des services avec les sociétés de télécommunications.

**Le sénateur Carney:** C'est l'une des directions dans laquelle s'engage l'industrie, et il se peut que d'autres soient intéressés à explorer ce territoire.

**Le sénateur Merchant:** J'aimerais avoir votre opinion dans deux domaines. J'essaie d'établir une comparaison entre l'intérêt public et l'intérêt du secteur privé. La décision du CRTC semble avoir diminué la concurrence dans bien des marchés en permettant à une seule entreprise de posséder jusqu'à quatre stations de radio, ou trois dans un plus petit marché comme celui de Saskatoon et de Regina. Je crois comprendre que vous pouvez aussi administrer d'autres stations de radio.

Dans une situation où il se pourrait que seulement une entreprise ou deux aient le pouvoir de déterminer les tarifs de publicité et les moments où ces publicités sont diffusées, nous constatons une diminution des nouvelles, parce que bien des gens ne s'intéressent pas à la diffusion des bulletins de nouvelles. Les acheteurs de publicité paient des tarifs plus élevés, en raison du contrôle exercé sur le marché.

Dans quelle mesure cela peut-il être favorable aux auditeurs de la radio?

**M. Cassaday:** Cette question comporte des volets sous-jacents, mais il faut se rappeler le contexte et que la radio était en piteux état au Canada. Plus de la moitié de nos stations étaient déficitaires. Aussi, lorsque le CRTC a autorisé la propriété de plusieurs stations, aux États-Unis on était déjà passé au deuxième stade de la déréglementation. Le premier étant que l'on permettait à des entreprises de posséder deux stations MA et deux stations MF, comme nous le faisons actuellement. Le deuxième stade a été appelé régime «ciels ouverts» aux États-Unis. Nous sommes donc beaucoup moins avancés que les Américains sur le plan de la concentration.

Par ailleurs, au Canada, nous devons tenir compte aussi du Bureau de la concurrence. Même si le CRTC a déclaré qu'il était possible de posséder deux stations de radio MA et deux stations de radio MF dans un marché qui en compte plus de huit, le Bureau de la concurrence quant à lui considère le degré de propriété et de façon générale, n'approuve pas la consolidation qui résulte de degrés de propriété qui excèdent 30 p. 100 de la part de n'importe quel marché.



That is another safeguard. The major benefit to listeners and advertisers has been the level of diversity created as a result of it. In the past, when you had multiple operators with single stations in a market, all the formats went toward the lucrative demographic markets — targeting young men, or young women aged 18 to 35 — so we had a lot of rock stations and soft stations.

As a result of this, Mr. Hayes and his group have started to segment the radio offerings more successfully than in the past. What the listener has access to is a lot broader array of music and formats in talk than they had previously. That has been good for artists because now artists are able to introduce music in segments that might not normally have gotten on the air in the past. There has been tremendous public benefit, particularly as it relates to diversity.

The safeguards in place have been the level of competition afforded and of course the policy recognized that there might not be stations going forward if we did not change the industry. Mr. Hayes may have something to add in terms of benefits.

**Mr. Hayes:** By way of example, in Toronto, before we purchased stations Q107 and Edge 102, these two rock stations were head-to-head competitors. Since we made this acquisition, we could focus the two stations within the rock genre. Now Edge is a modern rock and Q is a classic rock station. That allows each to focus on a unique musical genre. There are several examples of this throughout our company.

We have been able to create new formats. Mojo talk radio for guys, on our AM stations in Toronto and Vancouver are a good example. Several stations that we consider to be in turn-around, or transformation, include a country music format for the Greater Toronto Area that emanates from our licence to Burlington. Country music was not on the airwaves in the Greater Toronto Area until we changed our format at CING and took it in this direction. There are also two all-news stations in Montreal; one in English and one in French. There are other examples throughout the company. I would not burden you with them but as a result of consolidation, diversity and more focused programming, reacting better to the needs and interests of more diverse audiences has certainly become the norm.

**Senator Merchant:** I have a question then regarding programming, just one aspect of it.

C'est une autre mesure de protection. Le principal avantage pour les auditeurs et les annonceurs est la diversité qui en est résultée. Dans le passé, lorsque plusieurs exploitants ne possédaient qu'une seule station dans un marché, tous les formats d'émissions étaient axés sur les marchés démographiques lucratifs — on ciblait les jeunes hommes ou les jeunes femmes âgés de 18 à 35 ans — aussi, il y avait beaucoup de stations de musique rock et de musique rock légère.

Par la suite, M. Hayes et son groupe ont commencé à segmenter l'offre de radio d'une manière plus réussie que dans le passé. Aussi, aujourd'hui, les auditeurs ont accès à un plus grand éventail d'émissions musicales et de formats d'émissions de causerie qu'auparavant. Cette formule s'est révélée bénéfique pour les artistes parce qu'ils sont désormais capables d'introduire de la musique dans des segments qui n'auraient peut-être pas été mis en ondes dans le passé. Ces modifications ont donc apporté d'énormes avantages au public, en particulier en ce qui a trait à la diversité.

Les mesures de protection en place sont le niveau de concurrence que cela permet et, bien entendu, la politique a reconnu que des stations pourraient ne pas voir le jour si on ne modifiait pas l'industrie. M. Hayes voudra peut-être ajouter quelque chose en ce qui concerne les avantages.

**M. Hayes:** À titre d'exemple, à Toronto, avant que nous n'achetions Q107 et Edge 102, ces deux stations de musique rock étaient en concurrence directe. Depuis l'acquisition, nous avons pu nous permettre de concentrer chacune sur un genre de rock en particulier. Aussi, aujourd'hui, Edge fait tourner de la musique rock moderne, tandis que Q diffuse du rock classique. Cela permet à chacune de se concentrer sur un genre musical. Il y a plusieurs autres exemples de situations semblables dans notre entreprise.

Nous avons été en mesure de créer de nouveaux formats d'émission. La radio Mojo qui se spécialise dans la diffusion d'émissions-débats destinées à la gent masculine sur les ondes de nos stations MA de Toronto et de Vancouver en est un bon exemple. Parmi plusieurs stations que nous considérons en cours de transformation, il y a, notamment, un format d'émission de musique country pour la région du Grand Toronto qui provient de notre licence nous permettant de diffuser à Burlington. La musique country n'était pas diffusée sur les ondes de la radio dans la région du Grand Toronto avant que nous ne modifions notre format à la station CING et que nous n'empruntions cette direction. Nous comptons aussi deux toutes nouvelles stations à Montréal; une anglophone et une francophone. Il y a encore de nombreux exemples un peu partout dans notre entreprise. Je ne voudrais pas vous ennuyer avec ces exemples, mais à mon avis, la consolidation a eu pour résultat d'accroître la diversité et la spécialisation des émissions, a permis aux stations de radio de mieux s'adapter aux besoins et aux intérêts d'un auditoire plus diversifié et ce mode de fonctionnement est devenu la norme.

**Le sénateur Merchant:** J'aimerais vous poser une question concernant les émissions, enfin sur un aspect.

This is the pre-packaged programming that many stations run. I know that is very lucrative for the owners, but I wonder, again, how you feel that it is serving the audience? At certain times, let us say on the weekends, you have pre-packaged programming, so that kind of programming maybe lacks immediacy, contact, the humanity of having somebody at the other end, and you have the deejay making little snippets.

Sometimes you also buy programming from the U.S. I think there is something called "Rick Dees" or something, which may be good music, but it is not music that Canadian listeners are interested in or used to. So these are cheap time-fillers. I do not understand how this is really serving the audience or the public better than having the individual radio stations that used to be there before.

**Mr. Hayes:** That is a good question and it is one that we have wrestled with. This past year, we virtually cancelled 95 per cent of our syndicated programming agreements within Corus Radio, for a variety of reasons but at the head of the list was the reason that we did not feel that many of these programs reflected the needs and interest in our local community, such as "Rick Dees." We carried "Rick Dees" in Edmonton and Calgary as well, and that program was replaced with local music shows. Our news talk stations in the west share many programs over the weekend hours that we produce ourselves, and are not pre-packaged but certainly some of them are pre-taped.

This is done for economic reasons. AM stations in Canada earn a very small profit; in fact, most of them lose money. Due to our tremendous emphasis on news and talk programming during the most-listened-to parts of the week on our AM stations, we need to have some relief on the weekends and we go to these pre-taped shows but again, they are produced here in Canada by our own company.

We have been through this issue. We wrestled it to the ground and decided that the best thing to do was to produce local programs. It has been a little more costly for us, but, ultimately, I think it makes us a better broadcaster.

**Mr. Cassaday:** It is also important that the committee recognize that a significant amount of our programming is live. A very small percentage of our overall programming is pre-packaged. As Mr. Hayes said, it is really only in those day parts that have the smallest audiences, such as overnight and early mornings on the weekends.

Je veux parler des émissions préemballées ou des émissions toutes faites qui sont diffusées par bien des stations. Je sais que c'est très lucratif pour les propriétaires, mais je me demande dans quelle mesure vous pensez que cela répond aux besoins de votre auditoire. À certains moments, disons les fins de semaine, vous présentez des émissions toutes faites, et ce genre d'émissions manque un peu de pertinence, de lien avec l'auditoire, du caractère humain lié au fait qu'il y a une personne à l'autre bout, et il ne reste que le DJ qui présente des entrefilets.

Il arrive aussi que vous achetiez des émissions de nos voisins américains. Je pense qu'il y a une émission appelée «Rick Dees» ou quelque chose du genre, où l'on présente peut-être de la bonne musique, mais ce n'est pas la musique que les auditeurs canadiens aiment ou qu'ils ont l'habitude d'écouter. Il s'agit en quelque sorte d'émissions bon marché destinées à remplir les heures creuses. Je ne vois vraiment pas comment ce genre d'émissions pourraient satisfaire davantage l'auditoire ou le public que les stations de radio individuelles qui existaient auparavant ne le faisaient.

**M. Hayes:** C'est une bonne question; et je ne vous cache pas que nous avons jonglé avec cette idée. L'année dernière, le secteur de la radio de Corus a pratiquement mis fin à 95 p. 100 des ententes relatives aux émissions achetées, pour diverses raisons, mais surtout parce que nous ne pensions pas que des émissions, comme celle de «Rick Dees», reflétaient les besoins et les intérêts de nos collectivités. L'émission de «Rick Dees» était aussi diffusée à Edmonton et à Calgary, et nous l'avons remplacée par une émission présentant de la musique locale. Dans l'Ouest, les fins de semaine, nos stations d'émissions-débats diffusent de nombreuses émissions que nous produisons nous-mêmes, ces émissions ne sont pas préemballées, mais naturellement, quelques-unes sont préenregistrées.

Nous les préenregistrons pour des raisons économiques. Les stations de radio MA sont très peu rentables au Canada; de fait, la plupart d'entre elles sont déficitaires. Étant donné la place importance que nous réservons aux émissions interactives et de nouvelles durant les heures de grande écoute en semaine sur nos stations MA, nous avons besoin d'un petit répit les fins de semaine, aussi nous avons recours à ces émissions préenregistrées, mais je le répète, elles sont produites au Canada par notre entreprise.

Nous avons étudié cette question en long et en large. Nous l'avons débattue dans tous les sens, et nous en sommes venus à la conclusion que la meilleure chose à faire était de produire des émissions locales. Cela s'est avéré un peu plus coûteux pour nous, mais en bout de ligne, je pense que cela fait de nous un meilleur radiodiffuseur.

**M. Cassaday:** Il faut aussi que le comité reconnaisse qu'une part importante de nos émissions sont diffusées en direct. Un très petit pourcentage de notre programmation globale est préemballée. Comme le faisait remarquer M. Hayes, nous ne présentons ce genre d'émissions qu'aux heures de la journée où l'auditoire est le plus faible, comme la nuit et en matinée, les fins de semaine.



**Senator Spivak:** Following up on Senator Merchant, what is the mandate that you have for Canadian content, both in radio and television? I know that in television it is often more observed in the breach. Can you just give us an idea? For example, YTV, is most of that Canadian, or how does that work out?

**Mr. Robertson:** YTV has a very high level of Canadian content. It runs 60 per cent in prime, usually closer to 70 per cent Canadian content in prime, and 60 per cent overall. The kids really enjoy the cartoons made in Canada. Nelvana has been a big part of that. The kids do not know where the programs are from but they sure enjoy the shows.

**Mr. Cassaday:** For radio, the minimum Canadian content required is 35 per cent on our music services. We have a core value that says we will do what we say we will do, and we have instructed our managers that that is the minimum, not something that they want to round up from 34.8 to 35. That is the minimum.

**Senator Spivak:** What is the case? What percentage are you actually doing of music and of talk?

**Mr. Cassaday:** Thirty-five per cent.

**Senator Spivak:** You said, for example, that you replaced Howard Stern in Toronto with something else. Well, in that particular station, for example, what is your Canadian content?

**Mr. Cassaday:** We were not playing any music on the Howard Stern show so now that he is replaced with John Derringer, we are playing music on that show and there would be Canadian music played in that slot. There are different content requirements for spoken word than there are for music.

**Senator Spivak:** What you are saying, whatever the CRTC conditions are, you are meeting that?

**Mr. Cassaday:** We are meeting or exceeding all conditions of licence.

**Senator Spivak:** I wondered also about the illegal theft of satellite signals.

What is the situation in Canada?

**Mr. Cassaday:** It is a serious situation. We believe that there are between 750 and 1 million illegal dishes in Canada, either black-market or grey-market. That is the most recent information that we have. The reason for this is two-fold. I think there is a concern on the part of some that Canadians feel they are being underserved by not having access to services like HBO and Nickelodeon.

**Le sénateur Spivak:** Pour poursuivre sur la lancée du sénateur Merchant, en quoi consiste votre mission sur le plan du contenu canadien, à la fois dans le domaine de la radio et de la télévision? Je sais que l'on constate plus souvent des infractions en cette matière à la télévision. Pouvez-vous nous en donner une idée? Prenons, par exemple, le canal YTV, est-ce que son contenu est surtout canadien, ou alors comment est-ce que c'est structuré?

**M. Robertson:** Le canal YTV possède un très fort contenu canadien. Il diffuse 60 p. 100 de ses émissions aux heures de grande écoute, et habituellement, plus près de 70 p. 100 du contenu est canadien aux heures de pointe, et 60 p. 100 du contenu est canadien dans l'ensemble. Les jeunes apprécient beaucoup les émissions d'animation réalisées au Canada. Nelvana est responsable en grande partie de ce succès. Les enfants ne connaissent pas l'origine des émissions, mais ils apprécient assurément ce qu'ils voient.

**M. Cassaday:** En ce qui concerne la radio, le contenu canadien minimum requis est de 35 p. 100 pour les services musicaux. Nous avons un code de valeurs qui nous incite à respecter nos engagements, et nous avons indiqué à nos directeurs que ce pourcentage est un minimum, et non un chiffre à arrondir pour passer de 34,8 à 35. Non, c'est le minimum, tout simplement.

**Le sénateur Spivak:** Et quel est l'état de la situation? Quel pourcentage de votre contenu est canadien, en ce qui a trait à la musique et émissions-débats?

**M. Cassaday:** Trente-cinq pour cent.

**Le sénateur Spivak:** Vous avez dit, par exemple, que vous avez remplacé Howard Stern à Toronto par quelqu'un d'autre. Alors, dans cette station en particulier, quel est le contenu canadien?

**M. Cassaday:** Il n'y avait pas de musique durant l'émission de Howard Stern. Mais, maintenant qu'il a été remplacé par John Derringer, nous faisons tourner des disques durant cette émission, et il y a certainement des oeuvres canadiennes dans ces pièces musicales. Les exigences relatives au contenu sont différentes selon qu'il est question de musique ou d'une formule à prépondérance verbale.

**Le sénateur Spivak:** Êtes-vous en train de me dire que, peu importe les conditions exigées par le CRTC, vous les remplissez?

**M. Cassaday:** Nous respectons ou dépassons les exigences liées à l'octroi d'une licence.

**Le sénateur Spivak:** Je m'interrogeais aussi sur le vol des signaux satellite.

Quel est l'état de la situation au Canada?

**M. Cassaday:** La situation est grave. Nous pensons qu'il existe entre 750 mille et un million d'antennes paraboliques illégales au Canada, sur le marché noir ou le marché gris. Ce sont les chiffres les plus récents que nous avons. Cette situation s'explique pour deux raisons. Je pense que certains Canadiens trouvent qu'ils ne sont pas bien desservis parce qu'ils n'ont pas accès à des canaux comme celui des services HBO et Nickelodeon.



The fundamental reason that Canadians are availing themselves of black- and grey-market dishes, based on the research that we have seen, is that they can get it for free or at a very low cost. That is why we are continuing to press hard with the government that legislation be brought in to really bear down on this problem, because we own the rights to these U.S. shows that are being seen in Canada; we have paid for them. We are entitled to territorial exclusivity. Second, every time that someone avails himself or herself of a black-market dish, they are not making the contribution to the system.

In the case of television, on average, every service that we have, a third of our revenue goes into the production of Canadian content. Every consumer who is not paying into the system, is cutting into the availability of Canadian programming going forward.

Ms. McNair, do you have anything to add to that?

**Ms. Kathleen McNair, Vice-President, Corporate and Regulatory Affairs, General Counsel, Corus Entertainment Inc.:** Honourable senators, we were very encouraged when we saw the amendments to the Radio Communications Act, which would increase the penalties for signal theft. We are hopeful that the government will push those through on an expedited basis, because it is a huge problem.

**Senator Spivak:** Is it still the same system? Do people get an address in the United States?

**Mr. Cassaday:** There are three ways that this system is being abused right now. The first is black market. Black market is out-and-out theft, that is, they are acquiring a dish through a Canadian distributor, they are getting an encrypted card and they are off and running and getting access to all the U.S. services. The second way that people do this is through what is called the grey-market dish. That is the case where they have a U.S. address and they are actually paying something for their programming, but it is illegal to avail yourself of this kind of service in Canada. The third route is the encryption and theft of signals for licensed Canadian satellite services. Bell Expressvu service is the one that has been most easily hacked by Canadians. Bell has now put in place procedures to try to check whether or not the subscribers getting the programming are actually paid Bell Expressvu subscribers. They are crashing their system and starting it up again with all the subscribers that are actually paying, and those who are ripping the system off are not able to use it.

**Senator Spivak:** What is your view about not only the Internet as a competitor to everything else as a source of news, but also Internet radio?

D'après les recherches que nous avons consultées, la principale raison qui incite les Canadiens à se procurer des antennes paraboliques sur le marché noir ou le marché gris est qu'ils peuvent ainsi regarder ces canaux gratuitement ou à très bas prix. C'est pourquoi nous continuons de faire pression sur le gouvernement pour qu'il adopte une loi en vue de régler ce problème, parce que nous sommes les détenteurs des droits sur ces émissions américaines qui sont diffusées au Canada; nous avons payé pour les obtenir. Nous avons donc des droits exclusifs sur ce territoire. Deuxièmement, chaque fois qu'une personne se procure une antenne parabolique sur le marché noir, c'est au détriment du système qui n'en retire aucune contribution.

Dans le cas de la télévision, pour chaque service que nous avons, en moyenne un tiers des produits d'exploitation sont consacrés à la production d'émissions à contenu canadien. Chaque fois qu'un consommateur ne paie pas pour l'utilisation du système, cela réduit d'autant la possibilité de produire des émissions canadiennes.

Madame McNair, aimeriez-vous ajouter quelque chose?

**Mme Kathleen McNair, vice-présidente, Affaires commerciales et réglementation, avocate générale, Corus Entertainment Inc.:** Honorables sénateurs, nous avons été très encouragés lorsque nous avons pris connaissance des modifications proposées à la Loi sur la radiocommunication, des modifications qui entraîneraient des peines plus sévères pour le vol de signaux. Nous espérons que le gouvernement accélérera l'adoption de ces modifications, parce qu'il s'agit là d'un problème énorme.

**Le sénateur Spivak:** Est-ce que les gens fonctionnent toujours de la même manière? Doivent-ils donner une adresse quelque part aux États-Unis?

**M. Cassaday:** Actuellement, il y a trois manières d'abuser du système. La première consiste à faire appel au marché noir. Le marché noir est purement et simplement du vol, c'est-à-dire qu'il suffit d'acquérir une antenne parabolique auprès d'un distributeur canadien, d'obtenir une carte encodée et le tour est joué, on a accès à tous les services américains. Le deuxième moyen qu'utilisent les gens consiste à se servir de ce que l'on appelle le marché gris. C'est ce qui se passe lorsque les gens donnent une adresse aux États-Unis et qu'ils paient quelque chose pour voir ces émissions, mais il est illégal de se procurer ce genre de services au Canada. La troisième possibilité est celle de l'encodage et du vol des signaux émis par des services de satellites canadiens possédant des licences. Le service de Bell Expressvu est celui qui est le plus facilement piraté par les Canadiens. Bell a mis en place des procédures visant à vérifier si les abonnés qui reçoivent les émissions ont bel et bien payé leur abonnement à Bell Expressvu. L'entreprise provoque elle-même des pannes et rétablit le système avec tous ceux qui paient leur abonnement, et les pirates sont incapables de l'utiliser.

**Le sénateur Spivak:** Que pensez-vous d'Internet, non seulement comme un concurrent pour toutes les autres sources d'information, mais aussi en ce qui a trait à la diffusion d'émissions de radio sur Internet?

**Mr. Cassaday:** We are deeply committed to the Internet on both radio and television. Virtually all of our radio licences have complementary Internet sites. Our Edge site in Toronto is a hugely successful site. That service is available worldwide, but it is one of the most listened-to radio stations on the Web in the world because of its distinctiveness.

We are also committed to the Internet on our children's properties in particular. YTV is the number-one kid Web site in the country. We also provide a complementary Web site on YTV, which is a chat facility for kids with the distinction being that the parent must subscribe the child to the service and we monitor it 24/7 to ensure the safety of the site. It is a community for kids where they can work on-line.

We also worked with Microsoft and the CNIB to create the first teen portal for the blind, which is something that we are very proud to have been involved with, and something that, through the creativity of our people in our television group has really enriched the lives of young blind people in Canada.

**Senator Graham:** I am very impressed with what the presenters have had to say.

Having said that, I wish to raise a point. I recognize that Senator Carney may have a conflict here, because I will mention Rogers. Rogers appeared before the committee and recommended that foreign ownership restrictions be lifted for carriers, that would be cable, and not for content providers, meaning the broadcasters.

What is your position with respect to foreign ownership restrictions?

**Mr. Cassaday:** We share that view, senator. You know, if we had access to another couple hundred million dollars in capital, we do not know what we would do with it. Our capital requirements are modest. A company as significant as we have become in the four years since our existence, our total capital requirements on an annual basis are in the \$20 million to \$25 million range.

In the case of major BDUs, where they have huge capital requirements, I understand their need for foreign capital. However, on our side of the business, it does not exist to the same degree.

**Senator Graham:** One witness suggested that if foreign ownership restrictions were lifted in Canada, there would not be a way of foreign capital flowing to Canada, perhaps because of the different regulatory and tax environment in Canada, versus the U.S.? Do you agree with that assessment?

**M. Cassaday:** Nous entretenons des liens étroits avec Internet, qu'il s'agisse de la radio ou de la télévision. Pratiquement toutes nos licences de radio sont assorties de sites Internet complémentaires. Notre site Edge, à Toronto, remporte un énorme succès. Ce service est offert dans le monde entier, mais c'est l'une des stations de radio les plus écoutées sur le Web dans le monde en raison de ses particularités.

Nous nous intéressons aussi beaucoup à Internet en ce qui concerne nos actifs liés aux enfants en particulier. Le site Web de YTV est le numéro un pour les jeunes dans tout le pays. Nous fournissons aussi un site Web complémentaire sur YTV, il s'agit d'un site de clavardage pour les jeunes, sauf que ce sont les parents qui doivent abonner leur enfant à ce service et que nous exerçons une surveillance de 24 heures par jour, sept jours par semaine pour nous assurer que ce site est sans danger pour les jeunes. Nous avons en quelque sorte créé une collectivité pour les jeunes où ils peuvent travailler en ligne.

Nous avons également collaboré avec Microsoft et l'INCA afin de créer le premier portail pour les aveugles, c'est une réalisation à laquelle nous sommes très fiers d'avoir participé, et aussi quelque chose qui, grâce à la créativité des employés de la télévision de notre groupe, a enrichi l'existence des jeunes aveugles du Canada.

**Le sénateur Graham:** Je suis très impressionné par ce que nos témoins nous confient.

Ceci dit, j'aimerais soulever un point. Je pense qu'il pourrait y avoir un conflit d'intérêt ici pour le sénateur Carney, parce que je vais mentionner la société Rogers. Des représentants de Rogers ont comparu devant le comité et ont recommandé la levée des restrictions relatives à la propriété étrangère pour les entreprises de télécommunications, c'est-à-dire les câblodistributeurs, mais pas pour les fournisseurs de contenu, c'est-à-dire les radiodiffuseurs.

Quelle est votre position en ce qui concerne les restrictions relatives à la propriété étrangère?

**M. Cassaday:** Nous partageons le même avis, sénateur. Vous savez, même si nous avions accès à des capitaux de deux ou trois autres centaines de millions de dollars, j'ignore ce que nous en ferions. Nos besoins en capitaux sont modestes. En tant qu'entreprise d'une aussi grande envergure que celle que nous sommes devenus en quatre années d'existence, nos besoins totaux en capitaux se chiffrent annuellement entre 20 et 25 millions de dollars.

Pour ce qui est des principales EDR, connaissant leurs besoins énormes en capitaux, je comprends qu'elles aient besoin de capitaux étrangers. Toutefois, en ce qui nous concerne, nous n'éprouvons pas de besoins du même ordre.

**Le sénateur Graham:** Un témoin a suggéré que si les restrictions relatives à la propriété étrangère étaient abolies au Canada, ce serait un moyen de faire entrer des capitaux étrangers en grande quantité au Canada, peut-être en raison des différences qui existent ici sur le plan réglementaire et fiscal par rapport aux États-Unis. Êtes-vous d'accord avec cette affirmation?

**Mr. Cassaday:** No, I do not. Canada has very desirable assets. There is not a company in the United States that would not be extraordinarily interested in acquiring Corus if it were available.

**Senator Graham:** In your presentation this morning, you said that nearly one in three Canadian listeners tune into a Corus radio station each week. That is very impressive. Did you bring any BBM figures with you that you could leave with us?

**Mr. Cassaday:** No, we did not. However, we could certainly provide that information. The bottom line is that we are market leaders in Vancouver, Calgary, Edmonton, and Winnipeg. We have huge strength in the west, in French and English Montreal and we are developing strength in southern Ontario. If there is specific data that you would like, we could provide that.

**The Chairman:** The committee could use that information, with particular attention to the news and information data. Music is more fun, but this committee has been focusing in particular on news and information.

**Senator Graham:** You followed up your statement about the size of your audience, by saying that, as a result of your scope and commitment, you make significant financial contributions to the development of Canadian musical talent and talent-developed initiatives. How do you do that? Can you give us an idea of the magnitude of those financial contributions?

**Ms. McNair:** The CRTC benefits, as part of our acquisition of stations, we have made a commitment to a number of benefit initiatives and that totals \$27.5 million. Each year, our stations contribute, as a minimum, \$420,000 to Canadian talent development initiatives. Those initiatives are defined by the CRTC, so that the money must go to a third party. The third party must be involved in the creation of artistic or musical talent development. On top of that, in the communities that they serve, through public service announcements, PSAs, and local fundraising drives and sponsorship initiatives, we have estimated that each year our stations contribute approximately \$31 million to those initiatives.

**Senator Graham:** I am also interested in your phone-in shows, which you say encourage listener discussion and debate and a range of opinions.

In my view, some phone-in shows in my home area of Nova Scotia, here in Ottawa, and indeed elsewhere, can become very biased and slanted. Are your hosts given editorial freedom? Do they try to be like the sports broadcaster who favours one team but, in the description of the game, tell it as they see it and are not biased?

**M. Cassaday:** Non, pas du tout. Le Canada possède des éléments d'actifs très convoités. Il n'y a pas une entreprise aux États-Unis qui ne soit extrêmement intéressée par l'acquisition de Corus, si cela était envisageable.

**Le sénateur Graham:** Dans votre exposé de ce matin, vous avez déclaré que près d'un Canadien sur trois écoute une station de radio de Corus chaque semaine. C'est très impressionnant. Avez-vous apporté avec vous les résultats des sondages BBM que vous pourriez nous laisser?

**M. Cassaday:** Non, malheureusement. Cependant, nous pourrions facilement vous fournir ces renseignements. En fin de compte, nous sommes des chefs de file sur le marché à Vancouver, Calgary, Edmonton, et Winnipeg. Nous sommes très forts dans l'Ouest, ainsi qu'en français et en anglais à Montréal et nous sommes en plein essor dans le sud de l'Ontario. Si vous désirez obtenir des chiffres précis, nous pouvons vous les fournir.

**La présidente:** Ces renseignements seraient utiles au comité, et particulièrement en ce qui concerne les données sur les nouvelles et l'information. La musique est plus amusante, mais nous avons décidé de nous concentrer sur les nouvelles et l'information.

**Le sénateur Graham:** Vous avez conclu votre déclaration concernant la taille de votre auditoire en affirmant qu'étant donné votre envergure et de votre engagement, vous versez des contributions financières importantes pour le développement de talents musicaux canadiens et d'initiatives en ce sens. Comment procédez-vous à cet égard? Pouvez-vous nous donner une idée de l'ampleur de ces contributions financières?

**Mme McNair:** Il s'agit des avantages prévus par le CRTC. En effet, dans le cadre de l'acquisition de stations, nous avons pris l'engagement de participer à un certain nombre d'initiatives en avantages réels qui totalisent 27,5 millions \$. Chaque année, nos stations contribuent au moins 420 000 \$ à des projets visant à promouvoir des talents canadiens. Ces projets sont définis par le CRTC, de sorte que les fonds sont versés à une tierce partie. Cette tierce partie doit participer à la création de talents artistiques ou au perfectionnement de talents musicaux. En plus, nous avons estimé que, chaque année, nos stations versent un montant d'environ 31 millions \$ à des initiatives dans leurs collectivités respectives sous la forme de messages d'intérêt public, de campagnes de financement et de commandites.

**Le sénateur Graham:** J'aimerais que nous parlions un peu de vos émissions de ligne ouverte qui, selon vous, incitent les auditeurs à la discussion et aux débats et favorisent l'expression de diverses opinions.

À mon avis, certaines émissions de ligne ouverte, dans la région d'où je suis originaire, en Nouvelle-Écosse, et ici même à Ottawa, et probablement ailleurs aussi, peuvent dégénérer et manquer beaucoup d'objectivité. Est-ce que vos animateurs jouissent d'une totale liberté sur le plan éditorial? S'efforcent-ils de faire comme les radiodiffuseurs d'émissions sportives qui, naturellement, ont une préférence pour une équipe en particulier, mais se contentent de décrire ce qu'ils voient en toute objectivité pendant la retransmission d'un match?



**Mr. Cassaday:** Our direction to our hosts is that they provide balanced programming. One of the things that Mr. Hayes has talked to them about is having both sides on a show at the same time. That is when the sparks really fly in radio.

However, when it is a straight call-in show, as opposed to a show with guests, you will get people calling to espouse their views, and that is where the host has the responsibility to ensure that he or she is acting responsibly in filtering the callers' views and certainly censuring the caller if it involves issues of racism or worse.

**Senator Graham:** So you attempt to get as much balance as possible?

**Mr. Cassaday:** Yes. The key is to have responsible program directors and news directors who understand their responsibilities and monitor these shows on a regular basis.

**Senator Graham:** I notice that you gave voice to the debate on the Kyoto Protocol, which is very good. Would that have been a one-hour or two-hour segment, or would it have ranged over a period of time?

Also, was Iraq covered, a question that had been of interest to all Canadians?

What is the role of news on radio today and has that role changed over the past five, 10 or 15 years? Do you think that radio news may have a greater impact on youth than news on other media? Do you believe that you have, with your broadcast licence, a responsibility not only for entertainment but also for education, which I regard as very important? I am talking about educating the people and, most particularly, our young people.

**Mr. Cassaday:** I will let Mr. Hayes share with you what he and his group were able to do on Iraq. I will deal with the Kyoto question first, because it is quick and easy, and then talk about responsibility.

In the cases of Kyoto, we found that it was a very contentious issue that no one was dealing with, so we set up a forum among our stations across the country. We did from one-hour to three-hour shows over the course of a week, starting in Vancouver. We used Rutherford in Edmonton, Adler in Winnipeg and Roy Green in Hamilton. We had hosts alternating across the region by week and we networked it across the country so that Canadians were able to get a good understanding of this issue respecting the regional differences on an issue like this, which involved oil and the environment. Clearly, Canadians in Alberta felt differently about Kyoto than did Canadians in Ontario.

**M. Cassaday:** Nous donnons comme instruction à nos animateurs de présenter des émissions équilibrées. L'une des choses qu'a fait valoir M. Hayes auprès d'eux, c'est qu'il faut montrer les deux côtés de la médaille durant la même émission. C'est ce qui fait voler des étincelles à la radio.

Toutefois, lorsqu'il s'agit d'une simple ligne ouverte, plutôt que d'une émission où l'on reçoit plusieurs invités, certains appellent pour exprimer leur opinion, et c'est à ce moment-là que l'animateur doit filtrer les appels afin d'éviter que certains auditeurs n'expriment des idées racistes ou pires.

**Le sénateur Graham:** Donc, vous vous efforcez d'être le plus équilibrés possible?

**M. Cassaday:** Oui. Le secret est de mettre en place des directeurs de la programmation et des chefs des nouvelles responsables qui comprennent bien leurs responsabilités et qui surveillent ces émissions de près.

**Le sénateur Graham:** Je remarque que vous avez laissé les gens s'exprimer lors du débat sur l'adoption du Protocole de Kyoto, ce qui est très bien. Est-ce que vous avez consacré des émissions d'une heure ou de deux heures à ce sujet, ou les avez-vous espacées sur une certaine période?

J'aimerais savoir aussi si vous avez abordé la question de la guerre en Irak, un sujet qui a soulevé beaucoup d'intérêt chez tous les Canadiens?

Quel est le rôle des nouvelles dans la radio d'aujourd'hui, et est-ce que ce rôle a changé depuis les cinq, dix ou quinze dernières années? Pensez-vous que les nouvelles à la radio pourraient avoir plus d'impact sur les jeunes que celles qui sont diffusées dans d'autres médias? Pensez-vous que votre licence de radiodiffuseur comporte une responsabilité non seulement en matière de divertissement, mais aussi d'éducation, un aspect que je considère très important? Je veux parler de l'éducation de la population, et plus particulièrement des jeunes.

**M. Cassaday:** Je vais laisser à M. Hayes le soin de vous faire part de ce que son groupe et lui-même ont réussi à faire concernant la guerre en Irak. Je vais commencer par Kyoto, parce que c'est un sujet plus facile, et ensuite je vais vous parler de la responsabilité.

Dans le cas de Kyoto, nous avons réalisé que c'était un sujet très controversé que personne n'osait aborder, aussi nous avons décidé d'organiser une tribune avec nos stations d'un bout à l'autre du pays. Nous avons diffusé des émissions dont la durée variait entre une heure et trois heures au cours d'une même semaine, en commençant par Vancouver. Nous avons choisi Rutherford à Edmonton, Adler à Winnipeg et Roy Green à Hamilton. Chaque semaine, nous changions d'animateur dans la région, et nous diffusions les émissions sur tout le réseau afin que les Canadiens puissent comprendre les enjeux régionaux et se faire une idée de la question qui visait les ressources pétrolières et l'environnement. Naturellement, les Albertains et les Ontariens n'avaient pas la même opinion au sujet de Kyoto.

That is an example of how we were able to use the collective clout of our system to create a network around an issue like Kyoto.

In the broader question that you asked about our social responsibility to educate young Canadians, I think that our responsibility is to inform Canadians. I do not really think we have a responsibility on our radio stations to educate Canadians. In the case of Treehouse and Discovery Kids, we have a responsibility to educate, because that is the format of those services. If we tried to educate people on our EDGE radio station or our Power radio station in Edmonton, they would leave us. However, we do believe it is important that we provide them with regular news coverage. On our news talk stations, which tend to have older listeners, we are providing a lot of diversity of opinion. However, on our rock stations we provide the opportunity to hear our personalities talk about the issues today in a language that young people are comfortable with. We do not view it as our responsibility to educate young people on our radio stations.

**Mr. Hayes:** You asked about Iraq as well?

**Senator Graham:** Yes, just as an example of another major topic that faced the nation, particularly since Canada took a different position than our friends to the south thought we should have taken.

**Mr. Hayes:** We covered the news of the invasion of Iraq quite extensively. In fact, we used international correspondents and local connections between our stations so that the impact to Vancouver could be shared with Edmonton, Calgary, Toronto and Montreal, and vice versa.

You might remember that the war itself was a very quick event. The ongoing coverage that we have given Iraq has been mostly with news updates but also in the context of our talk programs. Those are the lengthy shows that feature call-ins and opinions from listeners.

Talk programming is generally not for the faint of heart. It is a very challenging format. When it does it best, it reflects a variety of opinions. I find myself sometimes amused and delighted and then angered beyond belief within the same five minutes.

**Senator Carney:** You must be talking about the recently departed Rafe Mair.

**Mr. Hayes:** I am talking about a number of our talk show hosts and their listeners and frequent callers. You get a lot of opinions and, again, it is not for the faint of heart.

We make a sincere and ongoing attempt to be fair and balanced. Our program directors realize that some of our hosts may have a particular opinion that may exhibit itself during the

Ce n'est qu'un exemple de la manière dont nous pouvons utiliser le poids collectif de notre système pour créer un réseau autour d'un enjeu comme celui de Kyoto.

Pour ce qui est de la question plus vaste que vous avez posée au sujet de notre responsabilité sociale d'éduquer les jeunes Canadiens, je pense que cette responsabilité est celle d'informer les Canadiens. Je ne pense pas réellement que nous ayons la responsabilité de faire l'éducation des Canadiens par le truchement de nos stations de radio. Dans le cas des réseaux Treehouse et Discovery Kids, nous avons la responsabilité d'éduquer, parce que c'est le format de ces services. Si nous tentions de faire l'éducation des gens sur les ondes de notre station de radio EDGE ou encore sur Power, à Edmonton, notre auditoire nous laisserait tomber. Cependant, nous sommes convaincus qu'il est important de fournir régulièrement à cet auditoire des informations. Sur nos stations d'émissions-débats, qui attirent un auditoire plus âgé, nous présentons une grande diversité d'opinions. Mais, sur les stations rock, nous demandons à nos personnalités de faire connaître leur opinion sur des sujets d'actualité, dans un langage avec lequel les jeunes s'identifient. Nous ne considérons pas qu'il est de notre devoir de faire l'éducation des jeunes sur nos stations de radio.

**M. Hayes:** Vous aviez posé une question sur l'Irak?

**Le sénateur Graham:** Oui, ce n'est qu'un exemple d'une autre grande question que la nation a dû affronter, surtout parce que le Canada a adopté une position différente de celle que nos voisins du sud auraient bien voulu nous voir prendre.

**M. Hayes:** Nous avons offert une couverture intensive de l'invasion de l'Irak. Nous avons fait appel à des correspondants à l'étranger et nous avons établi des liaisons entre nos stations afin qu'à Edmonton, Calgary, Toronto et Montréal on puisse connaître l'impact de ces nouvelles à Vancouver, et vice versa.

Vous vous souviendrez peut-être que la guerre en elle-même s'est déroulée très rapidement. La couverture continue que nous avons offerte à la guerre en Irak a été constituée principalement de bulletins de nouvelles, mais elle a servi également de contexte dans nos émissions-débats. Je veux parler de ces émissions d'une certaine longueur où l'on tient des lignes ouvertes et encourage les auditeurs à faire connaître leurs opinions.

Les émissions-débats ne sont pas pour les coeurs sensibles. C'est un format d'émission très exigeant. Lorsque c'est bien fait, on permet l'expression d'un large éventail d'opinions. Il m'arrive souvent, en l'espace de cinq minutes, de passer de l'amusement et du ravissement à la colère.

**Le sénateur Carney:** Vous devez vouloir parler du récent départ de Rafe Mair.

**M. Hayes:** Je veux parler d'un certain nombre de nos animateurs d'émissions-débats, de leurs auditeurs et de ceux qui appellent souvent. On peut y entendre un éventail d'opinions, et je le répète, ce n'est pas pour les coeurs sensibles.

Nous avons fait un effort sincère et constant pour nous montrer justes et équilibrés. Nos directeurs des programmes réalisent que certains de nos animateurs ont des opinions arrêtées



course of a discussion, but they balance that with the next show host in the following program who may have a different kind of vent.

As Mr. Cassaday said, we try, whenever possible, to get both sides of an issue in the studio at the same time. It not only makes for good radio, it also allows the listener to hear both sides of a discussion at one time. Many stations may take the right side of an issue on a Tuesday and then present the left side on a Thursday, but we find that the audience reacts much better and that it is much more educational and balanced when both points of view are presented at the same time.

I am very proud that Corus has five annual business objectives within the company. Three are related to the business of operating the station and two are related to training and development and community service. We include community service, which is serving our local communities and reacting instantly to the needs and interests of those communities, as well as adherence to the condition of our licences and standards of broadcast content of the Canadian Broadcast Standards Council, CBSC. We include this as an annual objective for all our station managers and employees in the radio station so that it is forefront. It is something that everyone can discuss and focus on at the beginning of a fiscal year and make plans and preparations to ensure that we do what we said we would do and that we do sincerely serve the communities.

There is a moral compass within Corus radio that we seek to leave the community a better place for our having been there. This is something that is part of our annual business plan and our quarterly review. These are questions that I am asked personally when I visit our stations all across Canada: What have you done lately for the community?

**Senator Corbin:** With reference to the statement on page two that you are in partnership with the CBC and National Film Board for a documentary channel, how does that work?

**Mr. Cassaday:** We are the operating partner in this company so we are responsible for programming the service, originating the service, and selling and collecting the revenues.

The CBC and the National Film Board are partners in that they provide programming. The CBC has a rich library of documentary as does the National Film Board. Both of them have important input on the programming and the overall look and feel of the network.

et qu'ils les expriment dans le cours de la discussion, mais ils rétablissent l'équilibre lors de l'émission suivante avec un autre animateur qui peut voir les choses différemment.

Comme l'a mentionné M. Cassaday, nous essayons, dans la mesure du possible, de présenter les deux côtés de la médaille en studio, en même temps. Cela contribue non seulement à faire de la bonne radio, mais aussi cela permet aux auditeurs d'entendre les arguments des deux côtés en même temps. Beaucoup de stations peuvent décider de montrer un certain aspect de la question dans l'émission du mardi, et de donner l'autre côté de la médaille le jeudi, mais nous trouvons que les auditeurs réagissent mieux et que les émissions sont plus instructives et équilibrées lorsque les deux points de vue s'expriment en même temps.

Je suis très fier que Corus ait adopté cinq objectifs d'entreprise annuels. Trois de ces objectifs ont un rapport avec l'exploitation de la station, et deux visent la formation et le perfectionnement ainsi que le service communautaire. Nous incluons le service communautaire, et nous entendons par là offrir des services dans nos collectivités et réagir instantanément aux besoins et aux intérêts de ces collectivités, et aussi respecter les conditions de nos licences et les normes relatives au contenu des émissions établies par le Conseil canadien des normes de la radiotélévision, le CCNR. Nous incluons ces aspects dans un objectif annuel pour tous nos directeurs de stations et nos employés dans les stations de radio, afin qu'il soit bien clair que c'est primordial. C'est quelque chose dont tout le monde peut discuter et dont on peut s'inspirer au début d'un exercice financier, et pour lequel il faut établir des plans et des programmes afin de nous assurer d'avoir respecté nos engagements et d'avoir sincèrement fait ce qu'il fallait pour bien servir nos collectivités.

C'est en quelque sorte une boussole sur le plan moral qui nous guide, au sein de la division de la radio de Corus pour que notre présence dans la collectivité soit un facteur de croissance. C'est un objectif qui se retrouve dans notre plan d'activités annuel et dans notre examen trimestriel. Ce sont des questions que je pose, personnellement, lorsque je visite nos stations, d'un bout à l'autre du pays. Je leur demande ce qu'ils ont fait récemment pour la collectivité?

**Le sénateur Corbin:** Je reviens à votre déclaration, à la page deux, où vous dites que vous avez conclu une collaboration avec la Société Radio-Canada et l'Office national du film pour la mise sur pied d'un canal sur les documentaires, pouvez-vous nous en dire un peu plus?

**M. Cassaday:** Nous sommes en quelque sorte le partenaire chargé de l'exploitation dans cette entreprise, c'est-à-dire que nous sommes chargés d'établir les programmes pour ce service, de produire le service, ainsi que de le vendre et de recueillir les produits de cette vente.

La Société Radio-Canada et l'Office national du film sont des partenaires en ce qu'ils fournissent les émissions. Radio-Canada possède une riche bibliothèque de documentaires, tout comme l'Office national du film. Tous deux ont un important mot à dire sur le contenu des émissions ainsi que sur l'aspect général du réseau.



**Senator Corbin:** Is it basically archival material?

**Mr. Cassaday:** Yes. We do originate documentaries but the majority of the services are archival.

**Senator Corbin:** If I understand correctly, you do not have any operations or associations east of Montreal?

**Mr. Cassaday:** We have radio stations east of Montreal. We have radio stations in Drummondville, Amqui, Montmagny, in the Laurentians and two radio stations in Rimouski.

**Senator Corbin:** Anything in the Atlantic Provinces?

**Mr. Cassaday:** No, we do not at this point in time but we would like to be there in the future.

**Senator Corbin:** I would not resist that, considering the local situation in some provinces. You state on page 11 that your stations provide \$30 million in support each year to local charities and community events. How do you come to that figure? In other words, how do you price that contribution?

**Mr. Cassaday:** We started to record all the commitments that we make to public service announcements. We value them at our rate card. What would it cost if someone bought that level of service?

**Senator Corbin:** Depending on what time of day or on the weekend?

**Mr. Cassaday:** That is right.

**Senator Corbin:** That is the rate that is supplied?

**Mr. Cassaday:** That is correct.

**Senator Corbin:** How do you deal with complaints? I suppose you have received complaints from viewers or complaints inside your various shops. Could you tell us how you deal with them?

**Ms. McNair:** If it is just a listener who calls or sends an e-mail to the station, it is dealt with by the local station. However, there is also a procedure where, if someone forwards a complaint to the CRTC or the Canadian Broadcast Standards Council, CBSC, it becomes a much more formal procedure.

The complaint is forwarded to us. We have 21 days in which to respond and we provide a written response. If the complainant is not satisfied with our response, they can ask for a ruling request from the CBSC panel as to whether or not we violated a programming code.

On the television side, YTV has a viewers' relations department and they respond to complaints or questions or comments as well.

**Le sénateur Corbin:** Est-ce que la programmation est établie surtout en fonction de documents d'archives?

**M. Cassaday:** Oui. Nous produisons des documentaires, mais la majorité des services proviennent des archives.

**Le sénateur Corbin:** Si je comprends bien, vous n'avez aucune opération ou association à l'est de Montréal?

**M. Cassaday:** Nous avons des stations de radio à l'est de Montréal. Nous avons des stations de radio à Drummondville, à Amqui, à Montmagny, dans les Laurentides et deux stations à Rimouski.

**Le sénateur Corbin:** Avez-vous des stations dans les provinces de l'Atlantique?

**M. Cassaday:** Non, pour le moment, nous n'en avons aucune, mais nous aimerions y faire notre entrée dans le futur.

**Le sénateur Corbin:** Je n'aurais rien contre, étant donné la situation locale, dans certaines provinces. Vous mentionnez à la page 11, que chaque année, vos stations fournissent une aide financière de 30 millions \$ à des oeuvres de bienfaisance et à des événements organisés dans la communauté. Comment arrivez-vous à ce chiffre? Autrement dit, comment fixez-vous le montant de cette contribution?

**M. Cassaday:** Nous avons commencé à consigner tous les engagements que nous prenons en ce qui concerne les messages d'intérêt public. Nous leur attribuons une valeur sur notre fiche des tarifs. Combien cela coûterait-il si quelqu'un achetait ce temps d'antenne?

**Le sénateur Corbin:** Selon le moment de la journée ou le jour de la semaine?

**M. Cassaday:** C'est exact.

**Le sénateur Corbin:** C'est le tarif qui est offert?

**M. Cassaday:** Tout à fait.

**Le sénateur Corbin:** Comment réagissez-vous aux plaintes? Je suppose que vous avez déjà reçu des plaintes de la part de téléspectateurs ou des plaintes à l'interne dans vos divers lieux de travail. Pouvez-vous nous dire comment vous les traitez?

**Mme McNair:** S'il s'agit d'auditeurs qui téléphonent ou qui envoient des courriels à la station, ces plaintes sont prises en charge par la station locale. Toutefois, il y a aussi une certaine procédure à suivre si une personne achemine une plainte au CRTC ou encore au Conseil canadien des normes de la radiotélévision, le CCNR, dans ce cas, la procédure est plus officielle.

La plainte nous est transmise. Nous disposons de 21 jours pour y réagir et pour fournir une réponse écrite. Si le plaignant n'est pas satisfait de notre réponse, il peut alors présenter au CCNR une demande de décision afin de déterminer si nous avons commis une infraction au code des programmes.

Pour ce qui est de la télévision, le canal YTV dispose d'un service des relations avec les téléspectateurs et il répond aux plaintes, aux questions ou aux commentaires qui lui sont acheminés.

**Senator Corbin:** Are your various workers unionized?

**Mr. Cassaday:** A small percentage of our operation is unionized. We have unions in Peterborough, Kingston and Oshawa. The majority of our operation is non-union.

**Senator Corbin:** With respect to the Kyoto programming, have you done any analysis of the responses and have you attempted to come to some conclusions? Would that kind of analysis be available? Would you normally do that sort of thing is what I am asking, with respects to any public issue?

**Mr. Cassaday:** This is the first time that we have ever actually strung our system together in kind of a network-type format for an issue of that nature. Obviously there are network opportunities. We will carry the Grey Cup in a couple of weeks as a network but, generally speaking, radio is local and we want to deal with local issues discussed by local personalities. We find that when we try to syndicate programs across the country, we minimize our effectiveness.

In terms of answering your question: Do we know specifically whether we struck a cord with Kyoto? The answer is, not really. In radio we get a report card three times a year in most markets, a small fall, spring and summer book. That tells us whether or not we are ringing the bell with our listeners across the country. They vote in diaries three times a year and give us a good reflection as to whether or not they think we are doing our jobs well.

**Senator Corbin:** On page 18 of your brief, you make the statement, "The consolidation is a result of the increasing fragmentation of audiences due to the sheer abundance of choices available to consumers."

Are we about to reach a saturation point with respect to what listeners can take, or are new markets continuing to expand all the time? I turn on my TV. I hear the radio. I look at the abundance of newspapers. I appreciate that you are trying to reach local markets but it would seem to me that the sheer abundance would lead one to believe that saturation is at hand.

**Mr. Cassaday:** We do not share that view. What we have seen happen in media is that it has gone from general interest to sort of variations on that theme. It is evolving to specialties or verticals.

In the future you will see the Speed Channel evolve to a channel that only deals with motorcycle racing, another with speedboat racing and another with racecars. We are seeing that degree of segmentation in music. Much Music started out. It was then segmented into country. We had a jazz channel launch last week. We will soon see a classical channel. I believe that what we

**Le sénateur Corbin:** Est-ce que vos employés sont syndiqués?

**M. Cassaday:** Un faible pourcentage de nos opérations sont syndiquées. Nous avons des syndicats à Peterborough, Kingston et Oshawa. La majorité de nos opérations ne sont pas syndiquées.

**Le sénateur Corbin:** Pour revenir aux émissions sur Kyoto, avez-vous fait une analyse des réponses que vous avez obtenues et avez-vous tenté d'en arriver à certaines conclusions? Serait-il possible d'obtenir cette analyse? En fait, ma question vise à savoir si vous faites normalement ce genre de chose, en ce qui concerne des questions d'intérêt public?

**M. Cassaday:** C'est la première fois que nous utilisons notre système en adoptant le format d'un réseau pour une question de cette nature. De toute évidence, il existe des possibilités de fonctionner en réseau. Nous allons suivre le déroulement de la Coupe Grey dans quelques semaines, à la grandeur du réseau. Mais, de façon générale, la radio est une affaire locale et nous voulons nous concentrer sur les questions qui intéressent la localité en demandant à des personnalités de cette localité de s'exprimer. Nous trouvons que nous sommes moins efficaces lorsque nous essayons de diffuser une émission dans plusieurs stations à la fois.

Pour répondre à votre question nous demandant si nous avons des moyens de savoir si nous avons touché une corde sensible avec Kyoto? La réponse est, pas vraiment. En radio, nous recevons une sorte de bulletin trois fois par an, dans la plupart des marchés, un petit bulletin d'automne, de printemps et d'été. Cela nous permet de savoir si nous avons touché des points sensibles chez nos auditeurs des quatre coins du pays. Ils votent dans des journaux trois fois par an, et nous font savoir s'ils trouvent que nous faisons bien notre travail.

**Le sénateur Corbin:** À la page 18 de votre exposé, vous dites en substance que la consolidation est le résultat de la fragmentation des auditoires imputable à l'abondance de choix offerts aux consommateurs.

Sommes-nous sur le point d'atteindre la saturation quant à ce que les auditeurs peuvent absorber, ou est-ce que de nouveaux marchés s'agrandissent sans arrêt? J'allume la télé. J'écoute la radio. Je jette un coup d'oeil sur la masse de journaux qui sont en vente. Je comprends que vous essayez d'atteindre les marchés locaux, mais il me semble que la simple offre qui existe déjà donne à penser que nous approchons du point de saturation.

**M. Cassaday:** Nous ne sommes pas de cet avis. Ce que nous avons constaté dans les médias, c'est que l'offre est passée d'un service d'intérêt général à des variations sur le même thème. L'offre évolue vers des spécialisations ou vers l'intégration verticale.

Dans le futur, vous verrez Speed Channel devenir un canal qui se spécialise uniquement dans les courses de motocyclettes, tandis qu'un autre canal s'intéressera aux courses de hors-bord et un autre aux courses automobiles. Nous sommes à même de constater cette segmentation dans le domaine musical. Much Music a ouvert le bal. Puis, un autre segment s'est créé avec la

will see happen in the future is increasing more segmentation, highly specialized to specific areas of viewers and listeners.

**Senator Corbin:** You said that you need reforms to the Copyright Act. What kind of reforms are you looking at or requesting specifically as it affects your media?

**Ms. McNair:** One of the reforms that we would like to see happen on an expedited basis is an express ephemeral right. An ephemeral right is a right for a broadcaster to make a temporary recording to facilitate the communication of the work to the public.

This was introduced in 1997 with the major amendments to the Copyright Act but there was an exception to that right so that if there was a collective established and proposed royalties for that limited reproduction right, that was permitted under the act.

Recently, there are two collectives that filed tariffs with the copyright board and the copyright board determined that it was appropriate that radio stations pay .8 per cent of their revenues for this temporary reproduction right which we do not think is reflective of what Parliament intended in the 1997 amendments.

Right now, there is a section 92 review of the Copyright Act that was undertaken by the Standing Committee on Canadian Heritage in the House of Commons. The legislative review is a three-stage process. Ephemeral rights they have proposed would be looked at in the third stage and we want it looked at immediately.

Of the other countries that we are aware of — Finland, Sweden, the U.S. — most nations have an expressed ephemeral right for broadcasters and we do not have that in Canada.

**Senator Corbin:** You mentioned the foreign situation. Who, in your opinion, has the best proposal in respect to the copyright regime?

**Ms. McNair:** It is difficult to say. There is quite a distinction between the U.S. model and the European model. Canada has evolved to being a hybrid between the two. We have probably adopted more of a United Kingdom model. In the U.S. they do not recognize a number of rights that we recognize under our legislation.

The copyright fees paid in the U.S. tend to be much lower than the tariffs established in Canada. That makes it difficult for our radio operations. We have a number of additional costs that our friends south of the border would not have. Our CRTC licence fees are much higher than what a U.S. broadcaster would pay to the FCC and our copyright payments are significant. For our company alone, our payments are over \$11 million a year.

musique country. La semaine dernière, nous avons assisté au lancement d'une nouvelle station sur le jazz. Nous assisterons bientôt à l'entrée d'une station sur la musique classique. Je pense que dans le futur il y aura une segmentation encore plus poussée, et que les stations se tourneront vers des auditoires encore plus spécialisés.

**Le sénateur Corbin:** Vous avez dit que nous devrions réviser la Loi sur le droit d'auteur. De quel genre de réforme voulez-vous parler ou quelles sont les modifications que vous souhaiteriez, en rapport avec vos médias?

**Mme McNair:** L'une des réformes que nous aimerions bien voir arriver, et rapidement, touche le droit éphémère. Le droit éphémère est un droit accordé aux radiodiffuseurs de faire un enregistrement temporaire en vue de faciliter la communication de l'oeuvre au public.

Ce droit a vu le jour en 1997, en même temps que les modifications majeures apportées à la Loi sur le droit d'auteur. Mais il y a une exception à ce droit, de sorte que si une société de gestion des droits d'auteur établie propose des droits en échange de cette reproduction limitée, elle y est autorisée en vertu de la loi.

Récemment, deux sociétés de gestion des droits d'auteur ont proposé des tarifs à la Commission du droit d'auteur, et celle-ci a décidé qu'il était approprié que les stations de radio versent 8 p. 100 de leurs revenus en contrepartie de ce droit de reproduction temporaire, ce qui à notre avis ne correspond pas aux modifications envisagées par le Parlement en 1997.

Le Comité permanent du patrimoine canadien de la Chambre des communes procède actuellement à l'examen de l'article 92 de la Loi sur le droit d'auteur. Cette révision de la législation est un processus qui se déroule en trois étapes. Les droits éphémères ayant été proposés devraient être examinés lors de la troisième étape, et nous voudrions au contraire que cela se fasse immédiatement.

Contrairement au Canada, bien d'autres pays que nous connaissons — notamment la Finlande, la Suède et les États-Unis — ont adopté un droit éphémère pour les radiodiffuseurs.

**Le sénateur Corbin:** Vous avez mentionné la situation à l'étranger. À votre avis, qui possède la meilleure proposition en ce qui concerne le système du droit d'auteur?

**Mme McNair:** C'est difficile à dire. Il y a beaucoup de différences entre le modèle américain et le modèle européen. Le Canada a adopté quant à lui un modèle hybride. Et ce modèle s'apparente davantage à celui du Royaume-Uni. Aux États-Unis, ils ne reconnaissent pas un certain nombre de droits qui sont prévus dans notre législation.

Les redevances de droits d'auteur versées aux États-Unis sont sensiblement moindres que les tarifs établis au Canada. Cela rend les choses difficiles pour les exploitants de stations de radio. Nous devons assumer plus de frais que nos voisins du sud. Nos redevances au CRCT sont beaucoup plus élevées que celles qu'un radiodiffuseur américain doit verser à la FCC et nos paiements au titre du droit d'auteur sont importants. À elle seule, notre entreprise verse chaque année plus de 11 millions \$ en droits d'auteur.



**The Chairman:** On radio, if the numbers I have are accurate, you have almost as great a proportion of the Canadian market as Clear Channel has of the American market. However, you seem to have adopted a diametrically opposed corporate strategy. I assume that Clear Channel is raking in megabucks by stripping out huge amounts of local programming and doing it all centrally. You have spent much of your time today talking about how the core of your business is to be local, to cover local things, to provide local information and talk shows. I do not know about local music.

Why do you do that? Is it because Canada is different or the CRTC made you do it? It surely would have been easier to make the megabucks from one central studio.

**Mr. Cassaday:** Mr. Hayes actually owned his own radio broadcasting group in the United States. He has had a chance to work in both systems. I will let him talk to this subject as well.

The simple answer to your question is that Canada is different. The CRTC is not imposing regulations on us that would prohibit us, but in Canada, the bulk of the radio business is done in the top 10 major markets. Those markets are our bread and butter. Clear Channel is obviously in many major markets in the United States, but they are also in many small markets. In many cases, they also own more than four radio stations in a market. They have felt, strategically, that it is important that they do more voice work and automation in the radio stations than we have.

To maximize our effectiveness in the markets that matter, we feel that we have to be local. It is a conscious strategy that you are absolutely correct in saying is quite different than that used by Clear Channel in the United States. The reason for that is that Canada is a different market than the United States because of the concentration of our population in 10 major markets.

**Mr. Hayes:** Clear Channel owns 1,200 radio stations in the U.S. and we own 50 in Canada. The scale of their operation is massive compared to ours.

There is a fundamental difference in the way we approach things. That is, we have a more decentralized management structure that is focused on local management, hiring and retaining the best local managers that we can find, giving them autonomy, accountability and responsibility for the business and also to serve the needs and interests of the local community.

**La présidente:** Dans le domaine de la radio, si mes chiffres sont exacts, vous détenez une aussi grande part du marché canadien que Clear Channel sur le marché américain. Toutefois, vous semblez avoir adopté une stratégie d'entreprise diamétralement opposée. Je suppose que Clear Channel engrange des sommes faramineuses en rognant sur les émissions locales et en établissant sa programmation centralement. Vous avez passé beaucoup de temps aujourd'hui à nous expliquer que le coeur de vos activités se déroulent à l'échelle locale, qu'elles consistent justement à couvrir l'actualité locale et à fournir des informations locales et des émissions-débats. Par contre, je ne sais pas ce qu'il en est pour la musique.

Pourquoi avez-vous adopté cette approche? Est-ce parce que le Canada est différent ou parce que le CRTC vous y oblige? Il aurait sûrement été plus simple de faire beaucoup d'argent à partir d'un studio central.

**M. Cassaday:** M. Hayes était propriétaire d'un groupe de radiodiffusion aux États-Unis. Il a donc eu la possibilité d'évoluer dans les deux systèmes. Je vais lui céder la parole sur ce sujet aussi.

Mais pour répondre à votre question, c'est tout simplement que le Canada est différent. La réglementation du CRTC ne nous impose pas de faire les choses ainsi, mais il reste qu'au Canada, le gros des activités dans le domaine de la radio se déroulent dans les 10 principaux marchés. Ces marchés sont notre moyen de subsistance. Clear Channel est de toute évidence présent dans de nombreux grands marchés aux États-Unis, mais ce canal est aussi présent dans de nombreux marchés plus petits. Dans bien des cas, ces intérêts sont aussi propriétaires de plus de quatre stations de radio dans le même marché. Ils ont donc pensé que, sur le plan stratégique, il était important de donner plus de place que nous aux commentateurs enregistrés et à l'automatisation dans les stations de radio.

Afin de maximiser notre efficacité dans les marchés qui comptent, nous pensons devoir nous concentrer sur le marché local. C'est une stratégie que nous avons adoptée en toute connaissance de cause, et vous avez parfaitement raison lorsque vous dites qu'elle est très différente de celle privilégiée par Clear Channel aux États-Unis. Elle s'explique par le fait que le Canada présente un marché différent de celui des États-Unis parce que notre population est concentrée à l'intérieur de 10 grands marchés.

**M. Hayes:** Clear Channel possède 1 200 stations de radio aux États-Unis, et nous en avons 50 au Canada. Cette entreprise exerce ses activités sur une échelle qui dépasse massivement la nôtre.

Notre approche est fondamentalement différente. C'est-à-dire que nous avons adopté une structure de gestion décentralisée qui met l'accent sur la gestion locale, l'embauche et le maintien à l'emploi des meilleurs gestionnaires locaux que nous pouvons trouver. Cette structure de gestion leur donne une certaine marge de manoeuvre, les responsabilise et leur demande de rendre compte de leur gestion, non seulement devant l'entreprise, mais aussi en ce qui concerne le respect des besoins et des intérêts de la collectivité où ils évoluent.

When consolidation took place in the U.S., I was an observer. I sold my company to Infinity. They are close cousins to Clear Channel. I was able to observe from the grandstand. What happened within those companies is they tried to create a new business model. I hope I was able to learn from it. Many mistakes were made not only in terms of mistakes for the business, but also mistakes as to employees, advertisers and local communities. Frequently, the end result was that the investor suffered. All of the constituencies that can be affected by a local business were affected, sometimes not in a positive way, by the fits and throes of consolidation in the U.S.

Mr. Cassaday and others in our company certainly have had a sense that something went wrong in the consolidation process in the U.S. We were committed not to repeat some of the mistakes in Canada and I believe we have avoided them.

**The Chairman:** What is your working relationship with Shaw? I know your corporate relationship, but are there joint corporate strategies or is there a coordination of programming in any way? How does it work?

**Mr. Cassaday:** We are a totally separate company. We are structurally separate. The executive chair of our company is Heather Shaw, the daughter of J.R. Shaw. Heather's sister Julie is also on our board. There are no cross-directorships or cross-management personnel.

Shaw, most importantly to us, is our single largest customer because our strength is so much in the west. As the major distributor of programming in the West, they are our largest player. We have no relationship as it relates to strategic planning.

J.R. Shaw, who controls both of these companies, treats them as two entirely separate entities. He did that for two reasons. First, at the time of the spinout, it made sense from a structural point of view to have a separate company so that we could participate in the consolidation of the programming industry in Canada. He also did it because he felt that their core expertise lay in cable. He saw a great opportunity on the entertainment or media side of the business. He felt that to maximize the opportunity for his family and shareholders he needed to operate the entertainment business in an entirely separate manner with separate management.

**Senator Carney:** We have heard about local management and local focus. What happened when you bought the Women's Network? As I recall from reading the newspapers, that was headquartered in Winnipeg. After you bought it, it was moved from Winnipeg to Toronto. We heard that many of the staff in

Lorsque la consolidation s'est faite aux États-Unis, j'étais là en observateur. J'ai vendu ma société à Infinity. Ce sont de proches cousins de Clear Channel. J'avais un poste d'observation privilégié. Ces sociétés ont essayé de créer une nouvelle façon de faire. J'espère en avoir tiré des leçons. Beaucoup d'erreurs ont été commises, non seulement pour l'entreprise, mais aussi envers les employés, les annonceurs et les collectivités locales. L'investisseur en a souvent fait les frais. Tous les intervenants susceptibles d'être affectés par une entreprise locale l'ont été, et pas toujours de façon positive, par les affres de la consolidation aux États-Unis.

M. Cassaday et d'autres membres de notre entreprise n'ont pas manqué de s'apercevoir que quelque chose n'allait pas dans le processus de consolidation des Américains. Nous nous sommes engagés à ne pas répéter certaines erreurs au Canada, et je pense que nous avons réussi.

**La présidente:** Quels sont vos relations de travail avec la société Shaw? Je connais vos liens d'entreprise, mais avez-vous mis en place des stratégies communes ou bien existe-t-il une certaine coordination des émissions? Comment est-ce que tout cela s'articule?

**M. Cassaday:** Nous sommes une société entièrement distincte. Nous sommes distincts sur le plan structurel. La présidente du conseil dirigeante de notre entreprise est Heather Shaw, la fille de J.R. Shaw. La soeur de Heather, Julie, est membre de notre conseil d'administration. Il n'y a pas de direction croisée ni de gestion croisée du personnel.

Mais ce qui importe le plus pour nous, c'est que Shaw est notre plus gros client individuel parce que notre présence se fait surtout sentir dans l'Ouest. En tant que principal distributeur d'émissions dans l'Ouest, la société est notre plus gros client. Mais nous n'avons aucune relation en ce qui concerne la planification stratégique.

J.R. Shaw, qui contrôle les deux compagnies, les traite comme deux entités distinctes. Il le fait pour deux raisons. La première, c'est qu'au moment de la création de la nouvelle société, il semblait logique sur le plan structurel de créer une entité distincte afin de pouvoir participer à la consolidation de l'industrie de la programmation au Canada. Il a décidé de procéder de cette manière parce qu'il pensait que l'expertise de base se trouvait dans la câblodistribution. Il entrevoyait d'énormes possibilités dans les aspects liés au divertissement ou aux médias de ce secteur. Il pensait que pour maximiser les possibilités pour sa famille et pour les actionnaires, il devait exploiter son entreprise de divertissement en adoptant une approche totalement différente et en faisant appel à une direction indépendante.

**Le sénateur Carney:** Nous avons entendu parler de la gestion locale et de la concentration sur les activités locales. Que s'est-il passé lorsque vous avez acquis Women's Network? D'après ce que je me rappelle avoir lu dans les journaux, cette station avait ses bureaux à Winnipeg. Après que vous l'ayez achetée, elle est



Winnipeg were terminated for one reason or another, such as inability to move to Toronto or lack of job opportunities.

For the record, can you tell us what happened with the Women's Network and what is the status of it today?

**Mr. Cassaday:** We believe that the W Network was underserving its audience because it was isolated as a standalone television station. Wherever it was located did not matter. The fact of the matter was that it did not have the protective cover of a cluster of television stations so that it could take advantage of some of the operational efficiencies of a combined sales force, accounting department, and so on.

We moved WTN to Toronto. We rebranded the service as the W Network. We have transformed that television network from being the fourth most-watched television service for women to the number one television service for women. We have increased the ratings by over 60 per cent since we took control of it. Just because it was located in Winnipeg and just because it was operated by that group of people did not mean that it could not operate better. We have proven that we are serving the women's audience much better than in the past.

I think it was merely a coincidence that Corus was located in Toronto. Had Corus been in Winnipeg, WTN would have stayed in Winnipeg, but it would have been tucked into the other programming group that we had.

**Senator Carney:** Your argument is inconsistent with the one you use for local programming with radio stations. I am aware of the approach for sales and management with television properties, and you certainly do that with radio properties, yet they operate in local markets, so I do not understand.

**Mr. Cassaday:** However, WTN is not a local television network. It was a national network, so there was no need for local Winnipeg management, because the role of WTN is not to serve the women of Winnipeg but to serve the women of Canada.

**Senator Carney:** As someone who lives in B.C., I watched it a lot, and I certainly did not live in Winnipeg.

**Mr. Cassaday:** That is right; it is a national service. The other thing we did for people in B.C. was to introduce a separate feed so that the prime time programming in British Columbia now comes into British Columbia in prime time. This was another enhancement that was not affordable when it was owned and operated by the previous management group.

déménagée de Winnipeg à Toronto. Nous avons entendu dire que de nombreux employés faisant partie de l'effectif de Winnipeg avaient été congédiés pour diverses raisons, comme l'impossibilité de déménager à Toronto ou encore parce qu'il n'y avait plus de débouchés pour eux.

Pour le compte-rendu, pourriez-vous nous dire ce qui est arrivé à Women's Network et nous décrire l'état de la situation aujourd'hui?

**M. Cassaday:** Nous pensons que W Network ne rendait pas tous les services qu'elle aurait dû à son auditoire, parce que la station de télévision était isolée avec son statut de canal indépendant. L'endroit où nous l'avons relocalisée importe peu. Le fait est que cette station ne disposait pas de la protection que peut offrir un réseau de stations de télévision, aussi elle ne pouvait pas tirer parti de l'efficacité opérationnelle pouvant résulter d'une équipe de vente combinée, d'un service de la comptabilité, et ainsi de suite.

Nous avons déménagé WTN à Toronto. Nous avons rebaptisé le service W Network. Nous avons fait passer ce réseau de télévision, qui était le quatrième service de télévision le plus regardé par les femmes, au premier rang. Nous avons augmenté les cotes d'écoute de plus de 60 p. 100 depuis que nous avons pris le contrôle de la station. Ce n'est pas parce que la station était située à Winnipeg et parce qu'elle était administrée par ce groupe de personnes en particulier que nous ne pouvions faire mieux. Nous avons prouvé que nous offrons un meilleur service à l'auditoire féminin que dans le passé.

Je pense que ce n'était qu'une coïncidence que Corus soit situé à Toronto. Parce que si Corus avait eu ses installations à Winnipeg, WTN serait demeurée à Winnipeg, mais elle aurait été tout simplement coincée parmi les autres émissions que nous avons déjà.

**Le sénateur Carney:** Votre argument contredit celui que vous utilisez pour justifier la programmation locale des stations de radio. Je suis consciente des impératifs commerciaux et de gestion concernant les actifs dans la télévision, et vous agissez de cette manière avec vos actifs dans la radio, et pourtant ils sont exploités dans des marchés locaux, alors j'ai bien peur de ne pas comprendre.

**M. Cassaday:** Oui, mais WTN n'est pas un réseau de télévision local. C'était un réseau national, aussi il n'était pas nécessaire d'avoir une direction locale à Winnipeg, parce que le rôle de WTN ne consiste pas à offrir des services aux femmes de Winnipeg, mais à celles de tout le Canada.

**Le sénateur Carney:** En tant que résidente de la Colombie-Britannique, je l'ai beaucoup regardé, et pourtant je ne vivais pas à Winnipeg.

**M. Cassaday:** Tout à fait; il s'agit d'un service à l'échelle nationale. Il y a autre chose que nous avons fait pour les auditoires de la Colombie-Britannique, ce fut d'installer une autre source afin que les émissions de grande écoute en Colombie-Britannique soient diffusées aux heures de grande écoute dans cette province. C'est une autre amélioration qui n'existait pas lorsque le réseau était la propriété de l'ancien groupe de gestion.



**Senator Carney:** I would like to ask you something about costs and I want to go back to the issue I raised before. This committee is looking at trends in communications. Your company is certainly an outstanding example of the trend, since it went, in a very few years, from 11 radio stations to 50 and Corus is seen by three out of every four Canadian cable television viewers.

You are a company with the Shaw affiliation, which is in the media business, with radio and television and digital channels. With Shaw you are also in the satellite distribution business and the cable business. That corporate group covers everything from radio-television to distribution.

You are not in the print business and I would be interested in a comment on why, because specialty channels require content and one easy way to get content is from print properties.

We can look at the proliferation of channels, the growth of specialty channels, as you have described, and the trend toward video-on-demand, news-on-demand and all-news radio, where the audience is making the choice about what it wants to see or hear, when and on what type of channel. The fact is that the advertising market itself is still fairly constant, so the only way you can get the additional revenues is through fee increases. There is only so much of a pie from advertisers, and with the consolidation of companies there are fewer and fewer major national advertisers. You are going to more and more specialty channels, competing more and more for viewers, and the only place I can see extra funding coming from is fee increases to the consumer.

At my island home, I get StarChoice, which is one of the Shaw properties. My fees have increased substantially over the last four years, about the same time frame as your growth. Yet, in my town office I am on Shaw cable and my fees have increased substantially over the last few years. Those are CRTC-mandated increases in some cases.

How much will the consumer who wants this diversity of choice and wants the ability to access news and music on demand pay for that choice?

**Mr. Cassaday:** First, to reinforce that Corus is a structurally separate company from Shaw, we have zero influence on, and zero input into, any decisions made on pricing, packaging, distribution or bundling by StarChoice or by Shaw Communications. They are totally separate.

Second, we believe — and our strategic plan points to it — that the major source of our growth will be through advertising revenue and not through subscriber growth, as you are

**Le sénateur Carney:** J'aimerais vous demander quelque chose au sujet des coûts, et je veux revenir sur un point que j'ai déjà abordé. Notre comité essaie de déceler des tendances en matière de communications. Il est clair que votre entreprise est un exemple frappant de cette tendance, puisque vous êtes passé, en l'espace de seulement quelques années, de 11 stations de radio à 50, et que trois abonnés du câble sur quatre au Canada regardent des émissions de Corus.

Votre entreprise est une filiale de Shaw, qui possède un groupe de médias, dont des stations de radio et de télévision ainsi que des canaux numériques. Grâce à Shaw, vous avez également des intérêts dans le domaine de la distribution par satellite et dans la câblodistribution. Donc, ce groupe couvre tout l'éventail, de la radio-télévision jusqu'à la distribution.

Toutefois, on ne vous retrouve pas dans le domaine de l'imprimé, et j'aimerais vous entendre nous dire pourquoi, parce que les canaux de télévision spécialisée ont besoin de contenu, et qu'un bon moyen d'acquérir ce contenu est par l'entremise des médias imprimés.

Il suffit de regarder la prolifération des canaux, la croissance des canaux de télévision spécialisée, comme vous les avez décrits, ainsi que la tendance vers la vidéo sur demande, les nouvelles sur demande et la radio diffusant de l'information en continu, où c'est l'auditoire qui décide de ce qu'il veut entendre ou voir, à quel moment et sur quel type de canal. Le fait est que le marché lui-même est assez constant, aussi le seul moyen d'obtenir des revenus additionnels consiste à augmenter les tarifs. Le nombre d'annonceurs est aussi limité, et avec la consolidation des entreprises, il y a de moins en moins d'annonceurs nationaux. Vous créez de plus en plus de canaux spécialisés, et la concurrence est de plus en plus forte pour les téléspectateurs, et le seul moyen que je vois pour vous d'augmenter vos revenus consiste à augmenter les tarifs pour les consommateurs.

Dans ma maison de l'île, je capte StarChoice, qui est une des stations appartenant à Shaw. Mes frais d'abonnement ont augmenté considérablement depuis quatre ans, suivant sensiblement le rythme de votre croissance. Par ailleurs, à mon bureau, j'ai un abonnement avec le service de câblodistribution de Shaw et là aussi, mes frais d'abonnement ont beaucoup augmenté depuis quelques années. Il s'agit dans certains cas d'augmentations autorisées par le CRTC.

Combien le consommateur qui désire obtenir un choix diversifié et la possibilité d'avoir accès à la musique et à l'information sur demande devra-t-il payer pour avoir ce choix?

**M. Cassaday:** Premièrement, pour vous réitérer que Corus est une entité distincte de Shaw, nous n'avons absolument aucune influence et nous n'avons pas un mot à dire en ce qui concerne les décisions prises par Shaw relativement aux prix établis, non plus que sur la forme de présentation, la distribution ou le regroupement fait par StarChoice ou par Shaw Communications. Ce sont des entreprises totalement indépendantes.

Deuxièmement, nous croyons — et notre plan stratégique en fait mention — que la principale source de notre croissance passera par les revenus publicitaires, et non par la croissance dans

suggesting. We believe that radio markets in Canada have the potential to continue to grow in the 3 to 4 per cent range. We believe that historically advertising growth in Canada has paced 1 to 2 per cent ahead of GDP and we are confident that this country will continue to show positive growth in its gross domestic product.

The fact is that YTV has been on the air for over 10 years and has never had an increase in subscriber rate. WTN has been on the air for approximately seven years and has never had an increase in its subscriber rate. Teletoon has been on the air for seven years and has never had an increase in its subscriber rate. Movie Central has in fact had its subscriber rate reduced since its inception, so we have not benefited one nickel from increased subscriber revenue.

Where our subscriber revenues have grown, it has simply been through the expansion of penetration in Canada. Satellite offered us access to uncabled areas or poorly serviced cable areas, so that represented new opportunities for us, many of which were in digital.

As the consumer goes forward, they will have choices to make. They will have to decide: Do I want high-definition television? Do I want video-on-demand? Do I want more digital channels? Yes, they will pay for those because they are getting more service, but they also have the opportunity to take a basic cable package or a basic package on satellite and contain their costs if they want. However, I think that at some point in time you will have the opportunity to do your grocery shopping through broadband on your cable, and that will be your choice.

**Senator Carney:** I am not suggesting that this is wrong. I made it very clear that if the consumer wants and demands this proliferation of choices, they have to pay for it.

**Mr. Cassaday:** That is right.

**Senator Carney:** However, I know that in my household the combination of telecommunications, cable and satellite is the biggest single item in our budget. This includes telephones, mobile phones, Internet services, cable services and satellite services. All together it is a huge component of the household budget, which is the choice that my household has made, as have other Canadian households.

Have you any projections of how much that choice will cost consumers? I am not saying it is good or bad; I am simply asking whether you have any projections of what it will cost. I have no evidence, although perhaps you do, that the growth in the advertising market and the GDP will finance this.

le secteur des abonnements, comme vous le suggérez. D'après nous, les marchés de la radio au Canada ont un potentiel de croissance qui varie entre 3 et 4 p. 100. Historiquement, le marché de la publicité au Canada s'est accru au rythme de là 2 p. 100 de plus que le PIB, et nous sommes convaincus que ce pays continuera d'afficher une croissance positive du produit intérieur brut.

Le fait est que YTV diffuse des émissions depuis plus de 10 ans maintenant, et qu'il n'y a jamais eu d'augmentation du tarif d'abonnement. WTN diffuse des émissions depuis près de sept ans, et il n'a jamais augmenté ses tarifs d'abonnement. Teletoon diffuse des émissions depuis sept ans, et il n'a jamais augmenté ses tarifs non plus. Movie Central a même réduit ses tarifs d'abonnement depuis son lancement, par conséquent, nous n'avons pas fait 5 cents de profit à même une augmentation des tarifs d'abonnement.

Lorsque nos produits d'abonnement ont augmenté, c'est simplement par suite de l'expansion de notre pénétration du marché au Canada. Les signaux par satellite nous ont donné accès à des régions non câblées, ou encore mal desservies par la câblodistribution, ce qui nous a ouvert des portes, et ces possibilités étaient dans une large mesure offertes par la télévision numérique.

Avec le temps, le consommateur devra faire des choix. Il devra en effet décider s'il veut avoir la télévision à haute définition, ou s'il choisit la vidéo sur demande, ou encore s'il veut encore davantage de canaux numériques. Oui, les consommateurs devront payer en retour de services plus diversifiés, mais ils auront aussi la possibilité de s'abonner uniquement au service de base de la câblodistribution ou encore au service de base de la télévision par satellite et de limiter leurs coûts, s'ils le désirent. Mais je pense que nous aurons un jour la possibilité de faire notre épicerie sur la large bande, grâce à la câblodistribution, et il nous appartiendra alors de décider si ça nous intéresse ou pas.

**Le sénateur Carney:** Je ne veux pas laisser entendre que tout cela est mauvais. J'ai dit très clairement que si le consommateur veut et exige cette prolifération de choix, il devra en payer le prix.

**M. Cassaday:** C'est exact.

**Le sénateur Carney:** Cependant, je sais que dans mon foyer, la combinaison des services de télécommunications, de câblodistribution et de télévision par satellite représente la plus grosse dépense du budget. Bien sûr, cela comprend le téléphone, les cellulaires, l'accès à Internet, les services de câblodistribution et les services de transmission par satellite. Tous ces services réunis représentent une part assez imposante du budget familial, et c'est un choix que nous avons fait, à l'instar d'autres ménages canadiens.

Avez-vous fait des projections en vue de déterminer quel sera le coût pour les consommateurs? Je ne porte pas de jugement, à savoir si c'est bien ou si c'est mal; je vous demande simplement si vous avez estimé à combien reviendront ces services. Je ne dispose d'aucune indication comme quoi la croissance du marché publicitaire et du PIB serait suffisante pour financer tout cela.

Have you any projection of how much this choice will cost consumers?

**Mr. Cassaday:** We are seeing that certain segments, such as local telephony, are basically flat right now. I do not think that operators such as Bell are anticipating much growth in that area, but they are anticipating tremendous growth in wireless. I think that we will see continued growth there. The consumer is indicating perhaps not an insatiable appetite for new services, but certainly an extraordinary one. They appreciate the convenience of wireless telephony; they appreciate the benefit of broadband access and they seem to be willing to pay for it at this time.

I suspect that they are making certain tradeoffs. Those tradeoffs may be one less dinner out a week or one less movie out a month in exchange for the conveniences that are being offered to them.

I do not know what percentage of their income it will represent, but I do know that in a recent study Price Waterhouse Coopers predicted, looking at all the entertainment economies in the world, that Canada would be the fastest growing one over the next seven years.

I would point the committee to that study, which basically breaks down all the components of the entertainment economy into their component parts and predicts, as I said, that Canada would be the leading growth nation amongst the G7 or G8 nations, through the period to 2007.

**Senator Carney:** Could you provide us with the Price Waterhouse Coopers study, or direct us to where we can get it?

**Mr. Cassaday:** I can certainly make you aware of it. It is probably a study that we cannot copy, but I will make the chairperson aware of the study and you can make a decision on that.

**Senator Spivak:** I will be very short. I want to ask you about "kid-fluence" and the targeting of advertising toward children. I understand that in Quebec, that cannot be done. I understand from an article supplied to us that the "kid-fluence" strategy is your new push. "Kid-fluence" involves getting kids to pester their parents. It is commercializing the media to a degree that is pretty reprehensible. How do you justify doing this?

**Mr. Robertson:** All we do with respect to advertising and programming on our kids' channels is totally within the code of kids for broadcasting. At no time would we ever recommend anything outside of existing legislation and guidelines, which are through the CAB and the CRTC.

It is important to note that Canada has very democratic households. The kids want to be heard within the household, and parents encourage that dialogue. We found through our research that kids do have a major say in terms of purchases the family

Avez-vous fait des projections en vue de déterminer combien il en coûterait au consommateur?

**M. Cassaday:** Nous constatons que certains segments, comme la téléphonie locale, sont calmes en ce moment. Je ne pense pas que des exploitants comme Bell s'attendent à beaucoup de croissance dans ce secteur, mais ils prévoient en revanche une croissance extraordinaire dans la téléphonie sans fil. Je pense que nous serons à même de constater une croissance continue dans ce domaine. Le consommateur ne montre peut-être pas un appétit insatiable pour les nouveaux services, mais très certainement un appétit extraordinaire. Il apprécie les avantages du téléphone cellulaire; il apprécie les avantages de l'accès à la large bande et il semble prêt à en payer le prix, pour le moment.

Je soupçonne que cela ne se fait pas sans compromis. Ces compromis sont peut-être un repas de moins au restaurant par semaine ou un film de moins par mois, en échange des avantages qui leur sont offerts.

Je ne sais pas quel pourcentage de leur revenu cela représente, mais je sais que dans une étude récente, Price Waterhouse Coopers a prédit, en considérant toutes les économies du divertissement dans le monde, que celle du Canada connaîtrait la croissance la plus rapide au cours des sept prochaines années.

Je recommande aux membres du comité de consulter cette étude qui, essentiellement, répartit toutes les composantes de l'économie du divertissement en leurs éléments constituants et prédit, comme je l'ai dit, que le Canada est le pays du G7 ou du G8 qui connaîtra la plus forte croissance durant toute la période jusqu'en 2007.

**Le sénateur Carney:** Pourriez-vous nous fournir cette étude de Price Waterhouse Coopers ou nous indiquer à qui nous devons nous adresser pour l'obtenir?

**M. Cassaday:** Très certainement. Il s'agit probablement d'une étude que nous ne pouvons pas reproduire, mais je vais fournir les renseignements pertinents à la présidente, et vous pourrez prendre les décisions qui s'imposent.

**Le sénateur Spivak:** Je serai très brève. J'aimerais vous poser une question au sujet de l'influence des jeunes et du fait que l'on cible les enfants lorsque l'on fait de la publicité. Je sais qu'au Québec, c'est interdit. Je crois comprendre d'après un article qui nous a été transmis que la stratégie dite de l'influence des enfants est votre nouveau cheval de bataille. Cette stratégie de l'influence des enfants repose sur le «pouvoir d'embêter» les parents. Cette stratégie sert à commercialiser le média à un point tel que cela devient répréhensible. Comment pouvez-vous justifier cela?

**M. Robertson:** Tout ce que nous faisons en termes de publicité et de programmation sur nos canaux destinés aux jeunes s'effectue dans le respect total du code de radiodiffusion concernant les jeunes. À aucun moment nous ne recommanderions quoi que ce soit qui aille à l'encontre de la loi ou des lignes directrices prévues par l'ACR et le CRTC.

Il faut souligner que les ménages sont très démocratiques au Canada. Les enfants veulent être entendus à la maison, et les parents favorisent le dialogue. Nous avons constaté dans le cadre de nos recherches que les jeunes ont un important mot à dire dans



makes. For example, the kids have a say in what type of minivan the parents might buy. If, indeed, parents wish their children to have a say and the children want to have a say, then they will be heard.

Our approach is to recognize that children do have a point of view in the household, and if they are interested in products and they are part of a family decision, to advertise to them is an appropriate thing to do.

**Senator Spivak:** I do not want to be too harsh, but I believe that there is a difference between kids having a say, and advertising that makes them want things that they never thought of wanting. In other words, advertising is meant to make people feel they need something that they would never think of otherwise. In the real world, businesses have to advertise to adults. However, must they advertise to kids? I do not think you can justify your strategy on the basis of democracy in a family, with all due respect.

Your company is great. You have wonderful programs. I watch YTV myself.

Even Harry Potter has become a commercial thing. What are we doing in our world, commercializing every last thing?

**Mr. Robertson:** It is certainly a point of view.

**Senator Spivak:** If you want to know what I really think, I will tell you.

**Mr. Robertson:** We appreciate your point of view on this. Canada is respected around the world for the safeguards that are put into place for kids' advertising. We are the only country in the world that is totally commercial-free for all preschoolers. We recognize that very young children should not have advertising directed to them. Also, there are other safeguards. There is no advertising that tells a child to go to purchase. It all has to do with information about the product, rather than directly soliciting.

There are several other ways that the industry takes care to make sure the children are appropriately dealt with, with respect to communication. Many countries ask us how we do it. The U.S. has no commercial restrictions on kid advertisement. Canada is very well respected around the world for this.

**Senator Spivak:** In other words, you justify this in principle. Are you saying there is nothing wrong with this?

**Mr. Robertson:** There is nothing wrong with advertising to children. With proper safeguards, we believe it is appropriate.

les achats faits par la famille. Par exemple, les jeunes ont voix au chapitre lorsque les parents décident d'acheter une mini-fourgonnette. Il est bien entendu que, si les parents sont d'accord pour que les enfants expriment leur point de vue, et que les enfants veulent donner leur avis, cet avis sera entendu.

Notre approche consiste à tenir compte du fait que les enfants ont un point de vue au sein du ménage, et que s'ils s'intéressent à des produits et participent aux décisions familiales, les cibler lorsque nous faisons de la publicité est de bonne guerre.

**Le sénateur Spivak:** Je ne voudrais pas me montrer trop sévère, mais il me semble qu'il y a une différence entre laisser les enfants s'exprimer, et cibler la publicité de manière à créer chez les enfants des besoins qu'ils n'auraient jamais soupçonnés. Autrement dit, la publicité vise à créer des besoins chez les gens, à susciter chez eux des envies insoupçonnées. Dans le monde réel, les entreprises s'adressent aux adultes. Mais, doivent-elles vraiment faire de la publicité auprès des enfants? Je ne pense pas que vous puissiez justifier votre stratégie en faisant valoir la démocratie qui règne au sein d'une famille, avec tout le respect que je vous dois.

Votre entreprise fait un excellent travail. Vous diffusez d'excellentes émissions. Je suis moi-même un fan de YTV.

Mais, même Harry Potter est devenu un produit commercial. Dans quel monde vivons-nous où tout devient un produit à commercialiser?

**Mr. Robertson:** C'est une façon de voir les choses.

**Le sénateur Spivak:** Si vous voulez savoir ce que je pense vraiment, je vais vous le dire.

**Mr. Robertson:** Nous respectons votre point de vue sur cette question. Le Canada est très respecté partout dans le monde pour les mesures de protection que le pays a mises en place en vue d'encadrer la publicité aux enfants. Nous sommes le seul pays au monde où il n'y a absolument aucune publicité destinée aux enfants d'âge préscolaire. Nous admettons que les très jeunes enfants ne devraient pas être exposés à une publicité directe. Par ailleurs, il y a d'autres mesures de protection. Aucune publicité ne s'adresse à un enfant en lui disant qu'il doit aller acheter quelque chose. Toute la publicité se limite à donner de l'information sur le produit, plutôt que de le solliciter directement.

Il y a plusieurs autres moyens que prend l'industrie pour s'assurer que l'on agit correctement à l'endroit des enfants, notamment en ce qui concerne la communication. Beaucoup de pays viennent nous demander comment nous procédons. Aux États-Unis, il n'y a aucune restriction commerciale en ce qui concerne la publicité adressée aux enfants. Le Canada jouit d'un grand respect dans le monde entier en raison de cette politique.

**Le sénateur Spivak:** Autrement dit, vous justifiez ce procédé en principe. Êtes-vous en train de me dire qu'il n'y a aucun mal à agir ainsi?

**Mr. Robertson:** Je ne vois pas ce qu'il y a de mal à faire de la publicité auprès des enfants. Avec les mesures de protection appropriées, nous pensons qu'il n'y a rien à redire.

**Senator Graham:** Honourable senators, I want to go back to one of the comments made with respect to getting the news out to local people and informing them.

You made reference that, once a week, Premier Gary Doer comes right in to CJOB to take listeners' phone calls on the air. I am wondering if, in the interest of balance, you invite other party leaders and spokespersons to come in and do the same from time to time?

**Mr. Hayes:** Yes, absolutely.

**Senator Graham:** In your sum-up, you were talking about things the government, meaning the Government of Canada, might do. You say you need support in the form of stable funding for the Canadian Television Fund. Could you elaborate?

**Mr. Cassaday:** Currently, the government allocates — this year \$75 million — towards the production of Canadian television programming. In the past, there was a fund of \$100 million. The funds are also supplemented by funds from the cable television industry. We believe that those funds have been instrumental in triggering significant amounts of production on all of our services and that the absence of that funding would result in a significant diminution in both the quality and quantity of Canadian programming available.

**Senator Graham:** Is its purpose to develop Canadian talent?

**Mr. Cassaday:** That is correct. The qualification for the CTF is a criterion based on encouraging the development of Canadian content in various genres, including drama, children's programming, documentaries and lifestyle programming.

**Senator Graham:** Has that funding been cut?

**Mr. Cassaday:** That funding was curtailed this past year, but the government did make a two-year commitment to it. They have not committed beyond that, and we are encouraging them to do so on a go-forward basis.

**Senator Graham:** The second year of that two-year commitment is when?

**Mr. Cassaday:** We are in it now.

**Ms. McNair:** They have committed into 2004.

**Senator Merchant:** I understand that you are in business to make money, of course. Everybody is. If you do the work, you should, of course, make money. We want you to make money.

It is a great coup for you for the CRTC to allow you to have as many radio stations as you have in the market, and also to manage other radio stations.

**Le sénateur Graham:** Honorables sénateurs, je voudrais revenir à un commentaire qui a été fait en ce qui concerne les moyens qui sont pris pour que les nouvelles soient transmises aux gens des localités en vue de les informer.

Vous avez notamment mentionné qu'une fois par semaine, le premier ministre Gary Doer se rend directement dans les studios de CJOB pour répondre aux appels des auditeurs. Je me demande si, dans un souci d'équilibrer les chances, vous invitez aussi les chefs et les porte-parole des autres partis à venir faire la même chose, de temps en temps?

**M. Hayes:** Oui, bien sûr.

**Le sénateur Graham:** Dans votre résumé, vous avez mentionné certaines choses que le gouvernement, en l'occurrence le gouvernement du Canada, pourrait faire. Vous avez dit que vous avez besoin de son appui sous la forme d'un financement stable à l'endroit du Fonds canadien de télévision. Pourriez-vous nous en dire plus à ce sujet?

**M. Cassaday:** À l'heure actuelle, le gouvernement affecte un montant — cette année, il est de 75 million \$ — à la production d'émissions de télévision canadiennes. Dans le passé, le financement était de 100 millions. À ces contributions financières s'ajoutent des fonds fournis par l'industrie de la câblodistribution. Nous pensons que ces fonds ont joué un rôle essentiel et ont stimulé grandement la production de tous nos services et que l'absence de ce financement entraînerait une diminution importante à la fois de la qualité et de la quantité de l'offre des émissions canadiennes.

**Le sénateur Graham:** Est-ce que le but de ce financement est de promouvoir les talents canadiens?

**M. Cassaday:** C'est exact. Pour se qualifier en vue d'obtenir du financement de la part du FCT, il faut respecter un critère qui consiste à encourager le développement du contenu canadien dans divers genres, y compris les séries dramatiques, les émissions pour enfants, les documentaires et les émissions sur le style de vie.

**Le sénateur Graham:** Est-ce que ce financement a été réduit?

**M. Cassaday:** Le financement a été réduit l'année dernière, mais le gouvernement s'est engagé à le fournir durant deux ans. Il ne s'est pas engagé au-delà, et nous l'encourageons à le faire sur une base continue.

**Le sénateur Graham:** Quand tombe la deuxième année de cet engagement?

**M. Cassaday:** Cette année.

**Mme McNair:** Le gouvernement s'est engagé jusqu'en 2004.

**Le sénateur Merchant:** Je comprends, bien sûr, que vous êtes dans les affaires pour faire de l'argent. C'est tout naturel. Si vous faites un certain travail, vous devriez naturellement recevoir de l'argent en contrepartie. Nous n'avons rien contre le fait que vous fassiez de l'argent.

C'est inespéré que le CRTC vous autorise à posséder plusieurs stations de radio au sein du même marché, et aussi à en administrer d'autres.



Is there a limit to the number of other stations in the same market that you can manage?

**Ms. McNair:** Yes. The CRTC actually implemented a policy, by way of regulation, that you need prior approval from the commission to enter into a local management agreement. That would put you over the level of stations that you could own under their multiple licence ownership rules. While there is a possibility for you to enter into a sales relationship with other stations, you cannot manage other stations in the market without prior CRTC approval.

**Senator Merchant:** When you say “sales,” do you mean advertising sales?

**Ms. McNair:** Yes.

**Senator Merchant:** Persons in the community who have businesses may want to advertise. If you control such a big share of the market, is it not then likely that your advertising rates will go up? When there were different stations competing for the advertising dollar, someone could charge \$50 but somebody else might charge only \$25 in order to attract some advertisers. When you are controlling the sales, you are pretty well charging top dollar to the advertisers. You can do that because there is no competitive edge any more. There is no competition there for you. How is that serving the public?

**Mr. Cassaday:** There is competition and there are safeguards. For example, a local advertiser in a market like Winnipeg has a number of alternatives. They can buy local television or local radio, even in a concentrated grouping. They can buy out of home, bus shelters, bus transit or newspaper. They have a wealth of local options that serve to keep the market in check.

If radio thought it could price in isolation of competitive mediums, there might be an issue. The reality, however, is that we cannot price in isolation. We have to price in context with other local competitors in the marketplace.

**Senator Merchant:** What I am trying to say is that that particular business may not be able to advertise on radio any longer. They may have all kinds of other options, but that one option has been taken away from them. I know they have many options, but they no longer have the option of advertising on radio because it is more than they can afford to pay.

**Mr. Hayes:** This was a fear that existed at the time the consolidation took place. I can tell you that, in practice — I am only being half facetious when I say “much to my dismay” — the difference between having eight owners versus three or four owners of radio stations in a market has not influenced the

Y a-t-il une limite au nombre de stations de radio que vous soyez en mesure de gérer au sein d'un même marché?

**Mme McNair:** Oui. En réalité, le CRTC a mis en oeuvre une politique, par le truchement d'une réglementation, voulant que l'on obtienne au préalable l'autorisation de la commission avant de conclure une entente de gestion locale. Cette réglementation empêcherait que l'on dépasse le nombre de stations que l'on est autorisé à posséder en vertu des règles relatives à la propriété commune de plusieurs licences. Même si la possibilité existe de conclure une entente relative aux ventes avec d'autres stations, on ne peut pas gérer d'autres stations à l'intérieur d'un marché sans avoir obtenu au préalable l'autorisation du CRTC.

**Le sénateur Merchant:** Lorsque vous dites relatives aux «ventes», voulez-vous parler des ventes de publicité?

**Mme McNair:** Oui.

**Le sénateur Merchant:** Il se pourrait que des propriétaires d'entreprises dans la collectivité veuillent faire de la publicité. Si vous contrôlez une aussi grande part du marché, est-ce qu'on ne peut pas s'attendre à ce que le prix de la publicité monte en flèche? À l'époque où plusieurs stations étaient en concurrence pour s'accaparer les budgets de publicité, il se pouvait très bien qu'une station demande 50 \$, tandis qu'une autre pouvait offrir la même chose pour 25 \$, histoire d'attirer quelques annonceurs. Lorsque vous contrôlez les ventes, vous êtes en situation d'exiger des tarifs élevés des annonceurs. Vous pouvez le faire parce qu'il n'y a plus vraiment d'avantage concurrentiel. En fait, il n'y a plus vraiment de concurrence. Comment cette situation peut-elle être bénéfique pour le public?

**M. Cassaday:** Il y a de la concurrence, et il y a aussi des mesures de protection. Par exemple, un annonceur local dans un marché comme celui de Winnipeg dispose de quelques solutions de rechange. Il peut acheter du temps d'antenne à la télévision ou à la radio locale, même à l'intérieur d'un regroupement concentré. Il peut acheter de l'espace publicitaire sur une maison, un abribus, un autobus ou dans un quotidien. Il existe tout un éventail de possibilités qui permettent de surveiller l'évolution du marché.

Si les propriétaires de stations de radio pensaient pouvoir fixer les prix tout seuls, sans tenir compte des autres médias en concurrence, il pourrait y avoir un problème. Mais la réalité est tout autre, et nous ne pouvons pas fixer les prix de façon isolée. Nous devons fixer les prix en contexte avec les autres concurrents sur le marché.

**Le sénateur Merchant:** J'essaie de vous dire que cette entreprise en particulier ne pourra peut-être plus faire de publicité à la radio. Peut-être que d'autres options s'offrent à elle, mais il y en a une qu'elle n'a plus. Je sais qu'il existe d'autres possibilités pour cette entreprise, mais elle ne peut plus faire d'annonces à la radio parce qu'elle n'en a plus les moyens.

**M. Hayes:** C'est une crainte qui existait à l'époque où l'on a procédé à la consolidation. Mais je peux vous affirmer qu'en pratique, — et je ne blague qu'à moitié lorsque je dis «à mon grand déplaisir» — la différence qui existe entre l'époque où il y avait huit propriétaires de stations de radio plutôt que les trois ou



amount of inventory for commercial radio, that is, the supply. The three owners in a marketplace, as opposed to eight owners, are just as competitive for advertising sponsorship as previously.

Thus, in most of our markets, we have not seen an increase in rates. In fact, in Vancouver, our rates have been stable over the last couple of years. In Winnipeg, the rates are only slightly higher, which is more reflective of the growth that Mr. Cassaday indicated before, perhaps 3 to 4 per cent year on year.

You must recognize that most of the sales that we make and the revenue we derive are being driven by a small handful of major advertising agencies in Canada that are global in nature. They control a lot of clients and a lot of placement of radio ads. They are tough on rate and value-added components to an ad campaign, including contests, promotions, trips and give-aways that provide them added exposure. At the end of the day, if you were to survey these agencies and the buyers, you would hear a vast majority say that radio is a cost-effective and efficient medium, not only compared with other media but also compared with what the cost in radio has been historically.

**The Chairman:** How many journalists do you employ? Let me stress here that I would draw a distinction between talk-show hosts and journalists in the normal way of things. I appreciate there may be times when it overlaps but, by and large, they are two different crafts, with different priorities and imperatives.

How many of those work at your all-news stations, leaving how many others to be spread across your other properties? Do you have that information or can you get that for us?

**Mr. Cassaday:** We can get that for you. Charles Adler may wonder which category he fits into, and that may be the most difficult challenge in your question. We will do the best we can.

**The Chairman:** I appreciate that there are times when it goes like this. Nonetheless, you can appreciate the general distinction between the two classes.

**Mr. Cassaday:** I understand.

**Senator Carney:** I want to say for the record, because some of us do not agree with your distinction that, last week, Rafe Mair won the Bruce Hutchison award for outstanding journalism, and he is a talk-show host.

**The Chairman:** In my way of thinking, he would be an example of that point where there is a cross-over. However, when you think of Howard Stern, to pick a non-Canadian example, somewhere along the line —

quatre qui restent aujourd'hui dans un marché n'a pas eu d'incidence sur le montant de l'inventaire pour la radio commerciale, c'est-à-dire, pour l'offre. En effet, les propriétaires dans un même marché, par opposition aux huit propriétaires qu'il y avait auparavant, sont tout aussi concurrentiels pour ce qui est d'obtenir les commandites publicitaires qu'auparavant.

Par conséquent, dans la plupart de nos marchés, nous n'avons pas constaté de hausse des tarifs publicitaires. De fait, à Vancouver, nos tarifs sont restés stables depuis deux ou trois ans. À Winnipeg, les tarifs sont juste un peu plus élevés, ce qui correspond davantage à la croissance qu'a décrite M. Cassaday tout à l'heure, c'est-à-dire 3 à 4 p. 100 d'une année sur l'autre.

Il faut reconnaître que la majorité des ventes que nous faisons et les revenus que nous en tirons sont le fait d'une petite poignée de grandes agences de publicité du Canada qui ont une présence à l'échelle internationale. Ces agences contrôlent un grand nombre de clients et de placements d'annonces à la radio. Elles négocient serré les tarifs et les éléments de valeur ajoutée à une campagne publicitaire, y compris les concours, les promotions, les voyages et les cadeaux qui leur procurent une visibilité additionnelle. En fin de compte, si vous faisiez une enquête sur ces agences ainsi que sur les acheteurs de publicité, la vaste majorité des répondants vous diraient que la radio est un média rentable et efficace, non seulement par comparaison aux autres médias, mais aussi par rapport à ce qu'étaient les coûts de la radio dans le passé.

**La présidente:** Combien de journalistes avez-vous à votre emploi? Permettez-moi de faire une distinction entre les animateurs d'émissions-débat et les journalistes dans l'acception normale du terme. Je comprends qu'il y a des circonstances où les deux peuvent se confondre, mais, somme toute, ce sont deux métiers différents, ayant des priorités différentes et devant répondre à des impératifs différents aussi.

Combien de journalistes travaillent dans vos stations d'information continue, et combien sont répartis dans vos autres installations? Avez-vous ces renseignements sous la main ou pouvez-vous nous l'obtenir?

**M. Cassaday:** Nous vous l'obtiendrons. Charles Adler se demandera peut-être dans quelle catégorie il devrait se classer, et c'est sans aucun doute l'aspect le plus compliqué de votre question. Mais, nous ferons notre possible.

**La présidente:** Je reconnais que dans certains cas, les deux sont difficiles à séparer. Néanmoins, vous êtes en mesure d'établir une distinction générale entre les deux catégories.

**M. Cassaday:** Je comprends.

**Le sénateur Carney:** J'aimerais dire, pour le compte-rendu, parce que certains d'entre nous n'acceptent pas votre distinction, que la semaine dernière, Rafe Mair a remporté le prix d'excellence Bruce Hutchison pour l'ensemble des réalisations de sa carrière en journalisme, et il est animateur d'une émission-débat radiophonique.

**La présidente:** À mon point de vue, il est un exemple de ces situations où il peut les deux peuvent se confondre. Cependant, il suffit de penser à Howard Stern, pour citer l'exemple d'un animateur qui n'est pas canadien, pour que quelque part...

**Mr. Cassaday:** Senator Carney's distinction has helped. We can certainly accommodate that and make that distinction.

**The Chairman:** Second, Mr. Cassaday, you have said, not so much here but recently in public, that in the next 12 to 24 months you are expecting a big new wave of media consolidation. Can you tell me more about what it is that you are expecting?

**Mr. Cassaday:** As a result of the fragmentation in the marketplace, we believe that we will see further clustering of television and radio networks in Canada. We believe that the catalyst for that will be the disposition of the Bell Globemedia assets by BCE, which they have announced publicly. That will create a tremendous amount of activity in the marketplace, resulting in alliances being created.

How far it will go, Madam Chair, I do not know. I do believe that we will see various family companies consider their options going forward. Do they want to step up and become bigger players, or will the next 24 to 36 months be the time that they choose to exit the industry?

**The Chairman:** Do you have plans? I realize you cannot tell us the fine details.

**Mr. Cassaday:** Yes. As a management team, we believe that we need to become stronger at home to compete successfully internationally. We acquired Nelvana for the express purpose of having a library so that we could take our expertise in programming to children into markets outside Canada. Recently, we acquired a television network in Latin America, at a most difficult time in the Latin American economy. However, we have been unable or unwilling to go further in that regard, until we get ourselves fully entrenched and our position in Canada solidified. Michael Porter, the noted strategist, talks about the importance of competing successfully at home before you can compete successfully abroad. We believe that while we can be a global player in that specific area of children's programming we need to have further solidified our position domestically.

**The Chairman:** Would you be interested in moving into print?

**Mr. Cassaday:** That would not be at the top of our list of priorities. Our view is that the print medium will be one of the slower growth media in the future. We also believe that the classified ad section, which is certainly the dominant revenue producer for the print medium, is the most vulnerable to the Internet. Those are the two principal reasons why, when in the past presented with the opportunity to enter the print area, we have chosen not to do so.

**M. Cassaday:** La distinction établie par le sénateur Carney nous aide à comprendre votre point de vue. Nous pouvons très certainement comprendre ce que vous voulez dire et faire cette distinction.

**La présidente:** Deuxièmement, monsieur Cassaday, vous avez dit, pas seulement ici, mais récemment en public, qu'au cours des 12 à 24 prochains mois, vous vous attendiez à une vague importante de consolidation dans les médias. Pouvez-vous m'en dire plus au sujet de ce que vous entrevoyez?

**M. Cassaday:** Par suite de la fragmentation du marché, nous pensons que nous allons assister à un regroupement encore plus serré des réseaux de télévision et de radio, au Canada. Nous croyons que l'élément déclencheur de tout cela sera la cession des actifs de Bell Globemedia par BCE dont on a fait l'annonce publiquement. Cette cession suscitera énormément d'activité sur le marché, et cela entraînera la création d'alliances.

Jusqu'où tout cela va-t-il nous mener, madame la présidente, je n'en sais trop rien. Je pense toutefois que diverses entreprises familiales vont reconsidérer leurs options. Elles vont devoir se demander si elles veulent franchir le pas et devenir de plus gros joueurs, ou si les 24 à 36 prochains mois seront ceux au cours desquels elles vont tirer leur révérence.

**La présidente:** Avez-vous des plans? Je comprends que vous ne puissiez nous donner des détails.

**M. Cassaday:** Oui. En tant qu'équipe de gestion, nous pensons que nous devons raffermir notre position au pays afin de devenir plus concurrentiels à l'échelle internationale. Nous avons acquis Nelvana dans le but exprès de nous doter d'une bibliothèque afin de pouvoir puiser notre expertise dans la programmation à l'intention des enfants dans des marchés à l'extérieur du Canada. Récemment, nous avons fait l'acquisition d'un réseau de télévision en Amérique latine, durant une période difficile pour l'économie latino-américaine. Toutefois, nous n'avons pas pu ou nous n'avons pas voulu aller plus loin à cet égard, tant que notre position au Canada n'aura pas été établie plus fermement. Michael Porter, le réputé stratège, insiste sur l'importance d'être concurrentiel sur le marché intérieur avant d'envisager de s'attaquer au marché international. Nous pensons que même si nous pouvons jouer un rôle important sur la scène internationale dans le domaine très précis des émissions pour enfants, nous devons tout de même raffermir notre position chez nous.

**La présidente:** Seriez-vous intéressé à faire l'acquisition de médias imprimés?

**M. Cassaday:** Ce n'est pas en tête de liste de nos priorités. À notre avis, les médias imprimés seront ceux dont la croissance sera la plus lente dans le futur. Nous pensons aussi que les petites annonces classées, qui sont le secteur le plus lucratif des médias imprimés, sont les plus vulnérables à la concurrence sur Internet. Ce sont les deux principales raisons pour lesquelles nous n'avons pas saisi les occasions qui se sont présentées dans le passé de faire notre entrée sur ce marché.

**The Chairman:** Within the sectors where you do see growth for yourselves, what do you think should be the principles, if any, determining how big a company, be it yourselves, or others, can become in Canada?

**Mr. Cassaday:** I believe that we have to make a decision in Canada as to whether or not we want to create strong Canadian media companies, or whether we want to create companies that are vulnerable to international acquisition. As Canadians, our preference is that we allow the creation of strong Canadian media companies.

**The Chairman:** How big do you have to be to be strong?

**Mr. Cassaday:** For example, Viacom, which is a United States company, is a company that is vertically integrated in the production of content. They own radio stations, specialty television networks, and outdoor and local or conventional television operations. I think they are seen as a good corporate citizen, an excellent investment opportunity in the United States. It is a difficult question to answer in terms of the precise size.

I certainly think that if Corus were twice the size it is today, it would not be too large a company to continue to serve Canadians well and ensure that there was still competition within the segments that we compete. Even if we increase the size of our radio operation by a third, there would still be significant competition in Canada in radio. If we decided to increase our specialty television operation we would be moving into genres that we are not currently in. We would move beyond children, in W, perhaps into the sports genre. These are growth opportunities for us that do not increase our dominance within a particular segment.

**The Chairman:** I could ask you another hour's worth of questions but it has been an interesting segment.

**Senator Graham:** With all this talk of growth and expansion, it occurred to me that I will be leaving this place sometime next year and I may be looking for a new challenge. I know that Senator Carney would be anxious to recommend me as an unbiased talk show host, particularly on youth television.

**Senator Carney:** I wish to comment that in terms of the committee the last comments that were made about integration are probably the most critical and crucial of what we have before us in this committee. Basically, the integration of the industry will be the future of the industry. Your own growth and growth of your competitors are evidence of that.

**La présidente:** Dans les secteurs où vous entrevoyez des possibilités de croissance, quels sont à votre avis les principes, s'ils existent, qui déterminent jusqu'à quel point une société comme la vôtre peut grossir au Canada?

**M. Cassaday:** Je pense que, dans ce pays, il faut décider si nous voulons créer de grands groupes de médias canadiens ou nous contenter de créer des entreprises qui sont vulnérables à l'acquisition par des intérêts étrangers. Quant à nous, en tant que Canadiens, nous préférons que l'on permette la création de grands groupes de médias canadiens.

**La présidente:** Quelle taille devez-vous avoir pour être forts?

**M. Cassaday:** Prenons par exemple Viacom, une entreprise américaine, qui est une société intégrée verticalement dans la production de contenu. Elle possède des stations de radio, des réseaux de télévision spécialisée ainsi que des activités dans le domaine de l'affichage extérieur et de la télévision locale ou classique. Je pense qu'aux États-Unis, on considère que cette entreprise est consciente de ses responsabilités sociales et qu'elle représente une excellente possibilité d'investissement. Mais il est difficile pour moi de vous dire ce qu'elle représente sur le plan de la taille d'entreprise.

Je suis persuadé que si Corus doublait la taille qu'elle a aujourd'hui, elle ne serait pas encore trop grosse pour continuer à bien servir les Canadiens et pour faire en sorte qu'il y ait encore de la concurrence dans les segments où elle est active. Même si nos opérations radio augmentaient du tiers, il y aurait toujours une concurrence importante au Canada dans le marché de la radio. Si nous décidions d'élargir nos activités dans le domaine de la télévision spécialisée, nous devrions aborder des genres que nous ne connaissons pas encore. Nous devrions sortir du créneau des émissions pour enfants, des émissions pour les femmes, et peut-être nous intéresser à celui des sports. Il existe des possibilités de croissance pour nous qui n'augmentent pas pour autant notre domination d'un segment en particulier.

**La présidente:** Je pourrais vous poser des questions encore durant une heure, mais je pense que nous avons eu une réunion intéressante.

**Le sénateur Graham:** Avec toute cette discussion sur la croissance et l'expansion, il m'est venu à l'esprit que je vais quitter cet endroit à un moment donné l'année prochaine et je pourrais être intéressé à relever un nouveau défi. Je sais que le sénateur Carney serait trop heureuse de recommander ma candidature à titre d'animateur objectif d'une émission-débat radiophonique, et particulièrement sur un réseau de télévision qui s'adresse aux jeunes.

**Le sénateur Carney:** J'aimerais dire qu'en ce qui concerne ce qui intéresse plus particulièrement notre comité, les derniers commentaires ayant porté sur l'intégration sont sans aucun doute les plus importants et les plus pertinents de tout ce qui a été dit devant nous. Essentiellement, l'intégration de l'industrie représente le futur de cette industrie. Votre propre croissance et celle de vos concurrents en sont la preuve.



Will you call representatives from Bell and some of the other companies before the committee? We would like to know what they are doing.

I would like to congratulate you on the candour of your answers in a highly competitive field.

**Mr. Cassaday:** We appreciate your interest.

**The Chairman:** Indeed, it has been a most interesting session. Thank you very much.

The committee adjourned.

---

OTTAWA, Thursday, November 6, 2003

The Standing Senate Committee on transport and communications met this day at 10:50 to study the current state of Canada media industries; emerging trends and developments in these industries; the media's role, rights, and responsibilities in Canadian society; and current and appropriate future policies relating thereto.

**Senator Joan Fraser (Chairman)** in the chair.

[Translation]

**The Chairman:** It is a great pleasure to welcome you to this meeting of the Standing Senate Committee on Transport and Communications. The Committee is continuing its examination of the appropriate role of public policy in helping to ensure that the Canadian news media remain healthy, independent, and diverse, in light of the tremendous changes that have occurred in recent years notably, globalization, technological change, convergence, and increased concentration of ownership.

[English]

Today our witnesses are from CHUM Limited. We are joined by Mr. Jay Switzer, President and CEO; Ms. Sarah Crawford, Vice-President of Public Affairs; and Mr. Peter Miller, Vice-President of Planning and Regulatory Affairs.

Welcome. Thank you very much for being with us. I think you understand the way we operate. We will ask you to make an opening statement of 10 or 15 minutes and then we will go to a question period.

**Mr. Jay Switzer, President and Chief Executive Officer, CHUM Ltd.:** Thank you very much. Good morning, madam chair, honourable members of the committee. Thank you for this opportunity to appear as part of your study on the state of Canadian media. Any vibrant democracy requires institutional scrutiny, which is why it is important — from time to time — to turn the lens on those who normally ask questions.

Est-ce que vous avez l'intention d'inviter des représentants de Bell et de quelques autres entreprises à venir témoigner devant le comité? Nous aimerions savoir ce qu'ils font.

Je tiens à vous féliciter pour la franchise avec laquelle vous avez répondu à nos questions dans ce domaine des plus compétitifs.

**M. Cassaday:** Nous apprécions l'intérêt que vous nous témoignez.

**La présidente:** À vrai dire, ce fut une réunion fort intéressante. Merci beaucoup.

La séance est levée.

---

OTTAWA, le jeudi 6 novembre 2003

Le Comité sénatorial permanent des transports et des communications se réunit aujourd'hui à 10 h 50 pour étudier l'état actuel des industries de médias canadiennes; les tendances et les développements émergents au sein de ces industries; le rôle, les droits et les obligations des médias dans la société canadienne; et les politiques actuelles et futures appropriées par rapport à ces industries

**Le sénateur Joan Fraser (présidente)** occupe le fauteuil.

[Français]

**La présidente:** Nous vous souhaitons la bienvenue à cette réunion du Comité sénatorial permanent des transports et des communications. Le comité étudie le rôle que l'État devrait jouer pour aider nos médias d'actualité à demeurer vigoureux, indépendants et diversifiés dans le contexte des bouleversements qui ont touché ce domaine au cours des dernières années, notamment la mondialisation, les changements technologiques, la convergence et la concentration de la propriété.

[Traduction]

Nos témoins sont aujourd'hui de CHUM Ltd. Nous accueillons M. Jay Switzer, président et chef de la direction; Mme Sarah Crawford, vice-présidente, Affaires publiques; et M. Peter Miller, vice-président, Planification et réglementation.

Nous vous souhaitons la bienvenue. Merci de vous être déplacés pour venir témoigner aujourd'hui. Je pense que vous connaissez notre mode de fonctionnement. Nous allons vous demander de présenter une déclaration préliminaire d'une durée de 10 à 15 minutes, et nous passerons ensuite à la période de questions.

**M. Jay Switzer, président et chef de la direction, CHUM Ltd.:** Merci beaucoup. Bonjour, madame la présidente, honorables membres du comité. Merci de nous donner l'occasion de comparaître dans le cadre de votre examen de la situation des médias canadiens. Toute démocratie bien vivante doit procéder à l'examen minutieux de ses institutions, et c'est pourquoi il faut tourner régulièrement les projecteurs vers ceux qui posent habituellement les questions.

We take your work seriously as we believe Canadian sovereignty requires a strong and distinct domestic media. To that end, we hope you recommend that the government resist pressures to increase levels of foreign ownership in broadcast media.

We also hope that you and your fellow colleagues in the Senate will give resounding support and swift passage to Bill C-52, an act to amend the Radiocommunications Act designed to curtail black market satellite activity.

These are but two immediate pressures that we feel if left unchecked could cause long-term harm to our collective ability to sustain our Canadian media. In our brief time this morning, we hope to give you a better understanding of CHUM and how we fit into the big picture.

We also want to explore how we believe media has changed and how to better equip young Canadians for a truly multimedia world. Finally, perhaps slightly beyond the original mandate of your study, we wish to speak of the importance of finding space for telling Canadian stories.

While CHUM may not be the biggest, we pride ourselves of being on the cutting edge and being part of a long tradition of firsts. We were the first to engage young Canadians, almost 50 years ago, with Canada's first top-40 radio, and launched the first FM radio licence in Canada. We were early pioneers in the area of Canadian speciality services, including household names like MuchMusic and Bravo! We have revolutionized local television. While other conventional networks move towards national newscast, with CityTV in Toronto we saw an important niche in supporting local news and telling local stories, independently run by local news directors with a diversity that truly reflects our viewers. We have subsequently brought this intensely local approach to communities such as Windsor, London, Barrie, Ottawa, Vancouver and Victoria.

Our innovation continues today as we recently were granted the first over-the-air digital television licence in Canada. Quite simply, we like to go where more traditional media fear to tread. That is why promotion of Canadian artists, musicians and filmmakers are at the foundation of our services. That is why we focused on young Canadians, not just as consumers of advertising but as literate consumers of media. This is why we have championed cultural diversity to ensure that our stations truly reflect the changing face of the communities we serve.

Nous prenons vos travaux très au sérieux, parce que nous sommes convaincus que la souveraineté canadienne a besoin de médias nationaux vigoureux et distincts. C'est pourquoi nous espérons que vous recommanderez au gouvernement de résister aux pressions visant à accroître la propriété étrangère dans le domaine des médias.

Nous espérons également que vous et vos collègues du Sénat accorderez un appui retentissant au projet de loi C-52 et favoriserez l'adoption rapide de ce projet de loi modifiant la Loi sur la radiocommunication en vue de stopper l'activité illicite du marché noir des signaux par satellite.

Ce sont là deux pressions que nous subissons dans l'immédiat et qui, si on ne fait rien pour les stopper, risquent de nuire à long terme à notre capacité collective de soutenir les médias canadiens. Durant notre bref exposé de ce matin, nous espérons réussir à mieux vous faire connaître CHUM et la place que cette entreprise occupe dans le marché.

Nous tenons également à aborder la mesure dans laquelle les médias ont changé et les moyens de mieux préparer les jeunes Canadiens à affronter un univers caractérisé par le multimédia. Enfin, peut-être que cela dépasse un peu les limites du mandat initial de votre étude, mais nous aimerions vous entretenir de l'importance de trouver de la place pour raconter des histoires canadiennes.

CHUM n'est peut-être pas le plus gros groupe de médias, mais nous sommes fiers d'être à l'avant-garde et de figurer parmi les précurseurs dans un grand nombre d'initiatives. En effet, nous avons été les premiers à nous adresser aux jeunes Canadiens, il y a près de 50 ans, avec la première station de radio diffusant les 40 plus grands succès, et nous avons obtenu la première licence d'exploitation pour une station de radio FM au Canada. Nous avons compté parmi les pionniers dans les services de télévision spécialisée, notamment avec des marques maison comme MuchMusic et Bravo! Nous avons révolutionné la télévision locale. Alors que d'autres réseaux classiques se tournaient vers la diffusion de journaux télévisés à l'échelle nationale, avec CityTV à Toronto, nous avons décidé de combler ce qui nous semblait un important créneau en diffusant des nouvelles locales et des sujets d'intérêt local, et en confiant la direction des services de l'information à des chefs de nouvelles locaux dont la diversité est le reflet de nos téléspectateurs. Par la suite, nous avons transposé cette formule intensément locale dans des localités comme Windsor, London, Barrie, Ottawa, Vancouver et Victoria.

Nous continuons d'innover aujourd'hui avec la première licence numérique en direct accordée au Canada. Tout simplement, nous aimons nous engager dans les sentiers que les médias plus traditionnels ont peur d'aller emprunter. C'est pourquoi la promotion des artistes, musiciens et cinéastes canadiens est au coeur de nos services. C'est aussi ce qui explique pourquoi nous nous sommes concentrés sur les jeunes Canadiens, non seulement à titre de consommateurs de publicité, mais aussi en tant que consommateurs éclairés de médias. Et c'est pourquoi nous nous sommes faits les défenseurs de la diversité culturelle afin de nous assurer que nos stations sont le reflet de l'évolution des collectivités que nous desservons.

As a “pure play” broadcaster with no affiliation to print, or distribution companies such as cable or telecom, we hope to offer a fresh point of view.

What are the issues and benefits that arise from consolidation? On a practical level, I cannot deny that we have faced difficulty in getting print coverage, especially in markets like Vancouver and Victoria. Frankly, we face far greater challenges from vertically integrated companies that include cable, satellite and telecommunication undertakings. We would argue that this area of cross-ownership has greater public policy implications — especially as the debate over foreign ownership moves forward.

The clear evidence is that there are more owners and sources of information — both domestically and internationally — than ever before. Let us take a city like Ottawa as an example. If you lived here 20 years ago, you would have had access to seven commercial radio stations, four CBC radio stations, a CBC television station in English and one in French, a CTV station, one French language TV affiliate, one daily newspaper, and one national newspaper. Today you now have 10 commercial radio stations, four CBC radio stations, a local CBC TV English and French, a local CTV station, a local CHUM station, a TVA and TQS affiliate, two local daily English newspapers and two national newspapers.

While there has been recent consolidation, particularly on the radio side, it is interesting to note that there are actually more media ownership groups playing in a mid-sized market like Ottawa than there were 20 years ago. This does not even begin to reflect the explosion of other media sources. On basic cable and satellite, you have access to two Canadian 24-hour a day news services, Newsworld and NewsNet, plus a wide range of U.S. services.

Then, of course, there is the Internet with tens of thousands of streamed radio stations and thousands of online pages of information and news services from around the world.

Numbers compiled as recently as last July show that almost 110,000 Canadian were habitual or daily readers of the *New York Times* online — nearly half the number of subscribers to the *National Post*.

En tant que radiodiffuseur «non diversifié», c'est-à-dire n'ayant aucune filiale dans le domaine de l'imprimé, ni de la distribution comme les câblodistributeurs ou les sociétés de télécommunication, nous espérons vous donner un point de vue différent.

Quels sont les avantages et les désavantages liés à la consolidation? Sur le plan pratique, je ne peux nier que nous ayons éprouvé des difficultés à obtenir de l'espace dans la presse écrite, et plus particulièrement dans des marchés comme celui de Vancouver et Victoria. Mais franchement, les entreprises verticalement intégrées qui englobent des services de câblodistribution, de transmission de signaux par satellite et de télécommunications nous posent de bien plus grands défis. À vrai dire, cette question de la propriété croisée a de bien plus grandes implications sur le plan de la politique gouvernementale — et plus particulièrement en ce moment alors que la discussion entourant la propriété étrangère bat son plein.

Les signes ne manquent pas pour nous faire voir qu'il y a plus de propriétaires et de sources d'information — tant sur le marché intérieur qu'à l'échelle internationale — que jamais auparavant. Prenons l'exemple d'une ville comme Ottawa. Si vous aviez vécu ici, il y a 20 ans, vous auriez eu accès à sept stations de radio commerciales, quatre stations de radio de CBC/Radio-Canada, un poste de télévision de la CBC en anglais et un autre de Radio-Canada en français, une station de télévision de CTV, une station de télévision affiliée en français, un quotidien, et un journal national. Aujourd'hui, nous avons 10 stations de radio commerciales, quatre stations de radio de CBC/Radio-Canada, une station de télévision locale de la CBC en anglais et une autre de Radio-Canada en français, une station de télévision locale de CTV, une station locale de CHUM, une station affiliée de TVA et une de TQS, deux quotidiens locaux en anglais et deux journaux nationaux.

Même si nous avons assisté récemment à une consolidation, particulièrement dans le domaine de la radio, il est intéressant de noter qu'il y a actuellement davantage de groupes de médias à l'oeuvre dans un marché de taille moyenne comme celui d'Ottawa qu'il y en avait il y 20 ans. Et cela ne fait que commencer à refléter l'explosion des autres sources de médias. Avec les services de câblodistribution de base et les services par satellite, vous avez accès à deux services d'information continue canadiens diffusant 24 heures par jour, Newsworld et NewsNet, plus un large éventail de services américains.

Et bien entendu, c'est sans compter Internet avec ses dizaines de milliers de stations de radio diffusant en continu et ses milliers de pages accessibles en ligne d'information et de nouvelles en provenance du monde entier.

Des chiffres recueillis en juillet dernier seulement montrent que près de 110 000 Canadiens lisent régulièrement ou chaque jour le *New York Times* en ligne — ce qui représente près de la moitié des abonnés du *National Post*.



We do believe that consolidation has brought benefits to the Canadian system. It allows us to compete in an increasingly fragmented market while providing the necessary economic model to create more local coverage, and help Canadian stories travel across the country and around the world.

Perhaps I can provide a few concrete examples of how we at CHUM are making this work. Here in Ottawa we operate four radio stations, including CFRA, an all-news radio station and the Team 1200, an all-sports news station as well as the NewRO, an intensely local television station. While the stations have separate editorial direction and separate newsrooms, they do collaborate in several ways, primarily, during our morning show on the NewRO where we get regular news updates from CFRA and sports update from the Team. Why is that a benefit? We also have the capacity to provide more in-depth coverage for special events such as elections.

For the record, we would like to note that our CHUM stations in Ontario all had independent coverage of the last provincial election that focused on each of their communities — unlike the networks who for the most part ran Toronto-centred shows with ten minute updates each hour from the local station.

While the main networks, including the CBC, rush to centralize newscasts in Toronto, Montreal and Vancouver, we are filling the vacuum with intensely locally focused news and current affairs in the communities we have been privileged to serve.

We have also forged important promotional and cross-programming synergies across our various channels to bring important stories to more Canadians. I could list several examples, but the one that springs to mind is a show on Aboriginal culture that is called *The New Canoe*, which was originally produced and still runs as a regional show out of our Victoria station — The New VI. The show is also seen nationally on Bravo!, providing a window on West Coast Aboriginal culture to Canadians from coast to coast.

I should like to offer a word of caution: In any attempt to deal with perceived editorial problems, let us not create barriers that would curtail our ability to collaborate cross-program and cross-promote across our services. One of the most important public policies — at least in broadcasting — and certainly our most important issue is the power to licence.

Nous sommes convaincus que la consolidation a eu des avantages pour le système canadien. Elle nous a permis de livrer concurrence dans un marché de plus en plus fragmenté, tout en nous fournissant le modèle économique nécessaire pour accroître la couverture locale, et pour faire circuler davantage les histoires canadiennes, d'un bout à l'autre du pays, et ailleurs dans le monde.

Permettez-moi de vous fournir quelques exemples de notre façon de faire les choses à CHUM pour que cela fonctionne. Ici même, à Ottawa, nous exploitons quatre stations de radio, y compris CFRA, une station de radio d'information continue et Team 1200, une station de radio diffusant uniquement des nouvelles sportives ainsi que NewRO, une station de télévision résolument tournée vers l'actualité locale. Même si les stations ont adopté des lignes éditoriales distinctes et ont des salles des nouvelles séparées, elles collaborent de diverses manières, surtout durant notre émission du matin diffusée sur les ondes de NewRO où nous présentons des bulletins de nouvelles fournis régulièrement par CFRA, et des nouvelles sportives fournies par la station Team. En quoi cela représente-t-il un avantage? Nous avons également la capacité de fournir une couverture plus approfondie d'événements spéciaux comme les élections.

Pour le compte-rendu, nous aimerions souligner que les stations de CHUM en Ontario ont toutes fourni une couverture indépendante lors des dernières élections provinciales — une couverture qui mettait en relief chaque localité — contrairement aux réseaux qui, pour la plupart, ont diffusé des émissions axées sur Toronto entrecoupées de bulletins de dix minutes toutes les heures fournis par la station locale.

Alors que les grands réseaux, y compris celui de Radio-Canada, s'empressent de centraliser les journaux télévisés à Toronto, Montréal et Vancouver, nous comblons le vide en diffusant des nouvelles fortement axées sur la localité et les affaires qui intéressent les collectivités que nous avons le privilège de desservir.

Nous avons aussi forgé d'importantes synergies sur le plan de la publicité et de la production croisée d'émissions entre nos divers canaux afin que les sujets importants soient présentés à davantage de Canadiens. Je pourrais vous citer de nombreux exemples, mais celui qui me vient spontanément à l'esprit est celui d'une émission sur la culture autochtone intitulée *The New Canoe*, qui a été produite initialement et qui est toujours diffusée à l'échelle régionale par notre station de Victoria — la New VI. Cette émission est diffusée à l'échelle nationale sur le réseau Bravo!, ouvrant une fenêtre sur la culture autochtone de la côte Ouest aux Canadiens d'un bout à l'autre du pays.

J'aimerais faire une mise en garde: dans nos tentatives visant à régler les soi-disant problèmes liés à l'indépendance rédactionnelle, ne créons pas d'obstacles qui nuiraient à notre capacité de collaborer entre nous à la production d'émissions et à la publicité sur nos services respectifs. L'une des plus importantes politiques du gouvernement — du moins en matière de radiodiffusion — et certainement la question la plus importante qui nous occupe, est celle du pouvoir d'accorder des licences.

Mr. Charles Dalfen, the chair of the CRTC, gave testimony to this committee that over the last 10 years, the diversity of ownership and choice has risen. In fact, we at CHUM have been the beneficiaries of the CRTC's more liberalized approach to fostering more players in the system. This has allowed us find more niches in the world of speciality channels and it has helped CHUM be an intensely local voice in formerly network-dominated markets such as Ottawa, London, Windsor, Vancouver and Victoria.

We hope to make a similar contribution to local reflection in Alberta by the fall of next year, if the CRTC grants our applications for new CityTV-style local television stations in Calgary and Edmonton.

Again, this is an area in which we have bucked the establishment. There are those who scoffed when we, the makers of MuchMusic, proposed a new style art channel called Bravo! They asked what do the Barenaked Ladies and Aïda have in common? They both need a platform that will make their work accessible to a broad spectrum of Canadians — especially young Canadians.

The quest of engaging young Canadians is not easy. At one time advertisers shunned young Canadians in search of shows that would reach older and upper income earners. While many broadcasters now respond to advertisers' relatively newfound interest in our next generation, we at CHUM have always been passionate about connecting with young Canadians over the air, on screen and on-line.

MuchMusic.com is the number one web destination for young Canadians. The site averages over 7 million page views a month — approximately 600,000 unique visits per month. This is perhaps not surprising as these browsers largely represent a broad demographic of 12 to 34 year olds, and a core group between 15 and 24 years of age.

What is fascinating, however, is that many of these same young Canadians are also visiting our all-news site, Cable Pulse 24, CP24, with over 4 million page views per month, equalling 470,000 unique visits. They even visit Bravo!.com, which receives over 200,000 page views per month.

From our early roots of radio to today's on-line world, we have given many young Canadians a media home. You can imagine how shocked the traditional networks were in 1993 when MuchMusic won the prestigious Gemini award for best federal election coverage.

M. Charles Dalfen, le président du CRTC, est venu dire devant ce comité que depuis les 10 dernières années, on constate une plus grande diversité sur le plan de la propriété et du choix. À vrai dire, CHUM a bénéficié de l'approche plus libérale adoptée par le CRTC et qui favorise l'accroissement du nombre d'intervenants dans le système. Cette nouvelle approche nous a permis de trouver davantage de créneaux dans le domaine des réseaux de télévision spécialisée et a aidé CHUM à se positionner en tant que véhicule privilégié de l'expression locale dans des marchés anciennement dominés par les réseaux comme Ottawa, London, Windsor, Vancouver et Victoria.

Nous espérons être en mesure de faire une contribution du même ordre à l'expression d'une voix locale en Alberta d'ici l'automne prochain, si le CRTC accepte de nous accorder des licences pour de nouvelles stations de télévision locales sur le modèle de CityTV à Calgary et Edmonton.

Dans ce domaine aussi, nous nous sommes dissociés du système. On s'est beaucoup moqué de nous lorsque les créateurs de MuchMusic, c'est-à-dire nous, ont proposé de lancer un canal sur l'art d'un style nouveau appelé Bravo! On nous a alors demandé ce qu'avaient en commun les Barenaked Ladies et Aïda? Nous avons répondu que les deux avaient besoin d'une plateforme pour rendre leur travail accessible au plus grand nombre possible de Canadiens — et plus particulièrement de jeunes Canadiens.

Ce n'est pas une mince tâche que de susciter l'intérêt des jeunes Canadiens. À un certain moment, les publicitaires ont délaissé les jeunes Canadiens pour un public dans une tranche d'âge et de revenus plus élevée. Même si de nombreux radiodiffuseurs réagissent maintenant à l'intérêt relativement récent manifesté par les publicitaires à l'endroit de la prochaine génération, à CHUM nous avons toujours été passionnément intéressés à rejoindre les jeunes Canadiens, tant sur les ondes de la radio, qu'à l'écran et sur Internet.

MuchMusic.com est la destination de prédilection des jeunes Canadiens. Le site reçoit plus de 7 millions de demandes de page par mois — soit environ 600 000 visites individuelles par mois. Cela n'a rien de surprenant quand on sait que ces navigateurs représentent dans une large mesure une tranche démographique qui varie entre 12 et 34 ans, et un noyau dur âgé de 15 à 24 ans.

Ce qui fascine, toutefois, c'est que bon nombre de ces jeunes Canadiens rendent également visite à notre site d'information continue, Cable Pulse 24. En effet, CP24, avec plus de 4 millions de demandes de page par mois reçoit l'équivalent de 470 000 visites individuelles. Ces mêmes jeunes visitent aussi le site de Bravo!.com qui reçoit plus de 200 000 demandes de page par mois.

Depuis les balbutiements de la radio jusqu'au monde en direct qui nous caractérise aujourd'hui, nous avons fourni à de nombreux jeunes Canadiens un foyer médiatique. Vous pouvez imaginer à quel point les réseaux traditionnels ont été secoués en 1993 lorsque MuchMusic a remporté le prestigieux prix Gémeaux pour la meilleure couverture des élections fédérales.



In that vein, we would like to spend a couple of minutes trying to paint a picture of the media landscape through the eyes of our next generation of decision-makers. A recent study by media research company ComQuest revealed some interesting numbers. Amongst adults aged 18 to 34, only 7 per cent consider newspapers the most influential media. That number falls to only 3 per cent — barely a margin of error — for teens aged 15 to 17. Also of interest, adults aged 18 to 34 spend on average 24 minutes a day reading newspapers, teens from 15 to 17 only spend 10 minutes a day.

Imagine the difference between a high school student 20 years ago and a high school student today. The student 20 years ago may have got most of his or her information from radio and television, and newspapers might be a second or third source of information. A student today is looking at multiple sources of information, many of which are not traditional media. In a small twist on an old philosophical question, if a publisher puts forward a national editorial perspective and increasingly no one is there to read it, does the perspective exist?

In reality, young Canadians today are facing almost unlimited media resources — fewer and fewer of which, on a relative basis, are Canadian. To us this means two things: First, the need to ensure that our youngest citizens are armed with critical thinking skills and become smart and sophisticated consumers of media; second, the increasing need to find a place for Canadian stories.

**Ms. Sarah Crawford, Vice-President, Public Affairs, CHUM Ltd.:** Raising the media literacy of young Canadians has always been a core belief at CHUM. We have supported media literacy or media education in communities across the country as a public service initiative for almost 20 years. We think it is important to encourage our young people to become active and not passive media consumers, and to have a heightened awareness of nature and role of the media.

We want to assist educators who teach students to think critically and analytically about the media; to assess and study what they see on the screen and not only what they read on the page.

We encourage media literacy in many ways. Notably through creating original programming made available commercial-free and free of charge to educators. Recently the Canadian Teachers Federation requested our *MuchTalks: The Bully Factor* program to use at their national conference on how to cope with bullying.

Dans cette veine, nous aimerions prendre quelques minutes pour vous décrire le paysage médiatique à travers les yeux de nos décideurs de la prochaine génération. Une étude récente réalisée par la société de recherche sur les médias ComQuest a donné des résultats intéressants. En effet, chez les adultes âgés de 18 à 34 ans, seulement 7 p. 100 considèrent que les journaux sont les médias les plus influents. Ce chiffre tombe à seulement 3 p. 100 — ce qui correspond à peine à une marge d'erreur — chez les adolescents âgés de 15 à 17 ans. Et ce qui est aussi intéressant, les adultes âgés de 18 à 34 ans consacrent en moyenne 24 minutes par jour à la lecture des journaux, et les adolescents âgés de 15 à 17 ans n'y consacrent que 10 minutes.

Imaginez la différence qui existe entre un étudiant du secondaire d'il y a 20 ans et le même étudiant aujourd'hui. Il y a 20 ans, l'étudiant pouvait puiser la majeure partie de son information à la radio et à la télévision, et les journaux pouvaient représenter une deuxième ou une troisième source d'information. De nos jours, l'étudiant se tourne vers un éventail de sources d'information, dont bon nombre n'ont rien à voir avec les médias traditionnels. Pour finir sur une vieille question philosophique, si un éditeur affiche un point de vue rédactionnel national, mais que de moins en moins de personnes le lisent, est-ce que ce point de vue existe toujours?

En réalité, les jeunes Canadiens d'aujourd'hui ont accès à des ressources pratiquement illimitées sur le plan des médias — et de moins en moins de ces médias, toute proportion gardée, appartiennent à des Canadiens. Cela signifie deux choses: premièrement, la nécessité de faire en sorte que nos jeunes citoyens soient bien armés et qu'ils développent des aptitudes à l'esprit critique et deviennent des consommateurs avertis et éclairés des médias; et deuxièmement, la nécessité croissante de faire de la place aux histoires canadiennes.

**Mme Sarah Crawford, vice-présidente, Affaires publiques, CHUM Ltd.:** Améliorer la connaissance des médias chez les jeunes Canadiens a toujours été au centre des valeurs de CHUM. Nous apportons notre soutien à des programmes d'étude des médias ou d'initiation aux médias dans les collectivités de tout le pays à titre d'initiative de service public depuis près de 20 ans. Nous pensons qu'il est important d'encourager nos jeunes à devenir des consommateurs actifs et non passifs de médias, et de leur donner une conscience plus approfondie de la nature et du rôle des médias.

Nous voulons venir en aide aux enseignants qui apprennent aux étudiants à avoir une pensée critique et analytique au sujet des médias: autrement dit, qui leur apprennent à évaluer et à étudier ce qu'ils voient à l'écran, et non seulement ce qu'ils lisent sur une page imprimée.

Nous encourageons l'étude des médias de bien des manières. Plus particulièrement par la création d'émissions qui sont offertes aux éducateurs sans publicité et sans frais. Récemment, la Fédération canadienne des enseignants et des enseignantes nous a demandé si elle pouvait utiliser notre émission *MuchTalks: The Bully Factor* lors de sa conférence nationale sur les moyens de venir à bout de l'intimidation.



We also provide financial support to further academic research, teaching grants and sponsorship of conferences. Last year CHUM television, together with the London Public Library, were honoured with Industry Canada's "LibraryNet Best Practices Award" for innovative Canadian community partnerships promoting life-long learning. The award recognized the CHUM Media Literacy Centre — the first media community resource within a major public library in North America.

We must also mention that we are the first corporate sponsor to commit to a multi-year gold level sponsorship of Canada's world-renowned Media Awareness Network. You simply would not hand your kids the keys to the car without teaching them how to drive. We cannot send our kids in this multimedia world without giving them the tools to be discerning consumers of media.

**Mr. Switzer:** The real test of our media policy may not be seen for years to come. Will a high school student 20 years from now be able to discern a truly Canadian perspective on the world? Arguably, this goes to our very relevance as a nation.

Perhaps our greatest challenge going forward is our quest to ensure a place for our Canadian voice and identity, especially in English Canada, to develop, create and promote Canadian drama.

I speak of this not simply as the president of CHUM, but as someone who grew up in this business as a programmer. While some may propagate the notion that private broadcasters only see Canadian content as an obligation, I submit to you that any responsible programmer knows in his or her heart that the only way we will distinguish ourselves in a 500-channel universe is with a strong Canadian context strategy.

That is why we have asked our local station managers to intensify local coverage while the networks withdraw from local programming. That is why CHUM has been an aggressive investor, promoter, and exhibitor of Canadian feature film, providing significant investment in Canadian features such as the *Red Violin* and the critically acclaimed *Bollywood Hollywood*.

In my role as a member of the Executive Committee of Canadian Association Broadcasters, I was invited to give an address at the Fourth International Broadcasters Luncheon at the Banff Television Festival this past June. I will not reiterate that address as we have appended a copy for your reference today. In

Nous fournissons aussi un soutien financier permettant de soutenir des recherches plus poussées en milieu universitaire, de créer des bourses d'enseignement et de parrainer des conférences. L'année dernière, la chaîne de télévision CHUM, conjointement avec la bibliothèque publique de London, a reçu le prix des meilleures pratiques du RéseauBiblio d'Industrie Canada pour des partenariats conclus avec la collectivité en vue de faire la promotion de l'éducation permanente. Le prix souligne la création du centre d'initiation aux médias mis sur pied par CHUM — le premier centre de ressources communautaires sur les médias jamais installé dans une grande bibliothèque publique en Amérique du Nord.

Nous devons aussi mentionner que nous sommes la première entreprise à s'être engagée pour plusieurs années à offrir une commandite de catégorie or au réseau canadien d'éducation aux médias de renommée internationale, le Réseau Éducation-Médias. On ne peut tout simplement pas remettre les clés de l'auto à un jeune sans lui avoir d'abord enseigné à conduire. De la même manière, on ne peut pas laisser les jeunes se débrouiller dans le monde des multimédias sans leur avoir fourni au préalable les outils nécessaires pour faire preuve de discernement en tant que consommateurs de ces médias.

**M. Switzer:** Le véritable test de notre politique sur les médias pourrait bien ne pas avoir de résultats avant des années. Dans 20 ans, est-ce qu'un étudiant du secondaire sera capable de discerner une perspective véritablement canadienne sur le monde? On peut dire que cela est absolument essentiel à notre existence en tant que nation.

Peut-être que notre plus grand défi consiste à trouver une place pour l'expression de la voix et de l'identité canadiennes, et plus spécialement au Canada anglais, et de développer, créer et promouvoir l'art dramatique canadien.

Si j'aborde cette question, ce n'est pas seulement à titre de président de CHUM, mais aussi comme personne ayant fait ses classes dans ce milieu en tant que directeur de la programmation télévisuelle. Même si certains peuvent laisser entendre que les radiodiffuseurs privés ne se préoccupent du contenu canadien que parce qu'ils y sont obligés, je vous assure qu'un directeur des programmes responsable est intimement convaincu que le seul moyen de nous singulariser dans un univers qui compte 500 canaux différents est d'adopter la stratégie d'un solide contenu canadien.

C'est la raison pour laquelle nous avons demandé à nos directeurs de stations locales d'intensifier la production d'émissions locales, alors que les grands réseaux se retirent de cette programmation. C'est donc pourquoi CHUM s'est montrée un investisseur dynamique, et un promoteur et un diffuseur de longs-métrages canadiens, en réalisant des investissements importants dans des films comme le *Violon rouge* ainsi que *Bollywood Hollywood* qui a été salué par la critique.

À titre de membre du Comité exécutif de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, j'ai été invité à prononcer une allocution lors du quatrième déjeuner des radiodiffuseurs internationaux lors du Festival de la télévision de Banff, en juin dernier. Je ne vous relirai pas le texte que j'avais prononcé,

essence, we challenged both public policy-makers and the industry to find a new programming strategy that would engage Canadian audiences specifically in the area of drama.

Yes, we need to urge the government to reverse its decision and make the Canadian Television Fund, CTF, whole again.

However, there are several structural issues that we also must address. We need an improved system that allows programmers and creators to get on with the job of telling stories and breaks down silos that prohibit real collaboration between broadcasters and producers.

We need a system that provides all the incentives available to us to maximize private and public investment towards the goals of creating stories that Canadians will want to watch.

We need to construct a strategy that is not just for the CBC or the big networks but one that would allow all players in the system to maximize investment opportunities and create television drama and feature film that will attract widespread audiences.

The current CRTC drama review will go a long way to starting that process of a constructive dialogue and collaboration. However, the CRTC would be the first to admit it does not hold all the cards. If Canadian drama is a true public policy priority, this must be reflected in public funding decisions, both in terms of the amount of public money made available and the choice of instrument — the Canadian Television Fund, the CBC, or perhaps new tax credits, incentives for super Canadian production all must be considered.

Even if we quadrupled public funds available to Canadian drama, we still could not guarantee success — at least not in the same terms and manner as our neighbour to the south. To guarantee a Canadian drama hit, along the lines of a Canadian *West Wing* or *Law and Order*, we would have to spend on the order of well over a billion dollars a year — vastly more than all the profits of all the private broadcasters in Canada.

While we do our best to encourage hits, we must also unleash all our creative and business resources to build a sustainable improvement in viewing to Canadian drama. Today in English Canada, Canadian drama represents 10 per cent or 11 per cent of overall drama viewing, up from the 4 per cent to 6 per cent of a decade ago, but stagnant over the last half decade. Let us set the goal of achieving 15 per cent viewing to Canadian drama on English TV in five years, and implement the incentives and

puisque je l'ai joint à notre documentation d'aujourd'hui. Mais, dans les grandes lignes, je mettais les décideurs du gouvernement et de l'industrie au défi de trouver une nouvelle stratégie de programmation qui susciterait l'adhésion des publics canadiens, et plus particulièrement dans le domaine des dramatiques.

Oui, nous devons insister fortement auprès du gouvernement pour qu'il renverse sa décision et qu'il redonne toute son importance au Fonds canadien de télévision.

Cependant, il y a plusieurs difficultés sur le plan structurel que nous devons régler. Nous avons besoin d'un système amélioré qui permette aux directeurs de la programmation et aux créateurs de s'atteler à la tâche qui consiste à raconter des histoires et à briser les structures traditionnelles qui empêchent la véritable collaboration entre radiodiffuseurs et producteurs.

Il nous faut un système qui offre toutes les mesures d'encouragement disponibles pour nous permettre de maximiser les investissements privés et publics qui nous rapprochent de notre objectif qui est de créer des histoires que les Canadiens voudront regarder.

Il faut mettre sur pied une stratégie qui ne vise pas seulement Radio-Canada ou les grands réseaux, mais plutôt une stratégie qui permettrait à tous les intervenants du système de maximiser leurs possibilités d'investissement et de créer des dramatiques et des longs-métrages pour la télévision qui attireront un large public.

Le CRTC procède actuellement à un examen de la situation des dramatiques qui devrait jouer un rôle important dans l'amorce d'un dialogue constructif et d'une collaboration. Toutefois, le CRTC serait le premier à admettre qu'il n'a pas tous les atouts dans son jeu. En effet, si les dramatiques canadiennes sont vraiment une priorité dans la politique gouvernementale, cela devrait se traduire dans les décisions de financement du gouvernement, à la fois en ce qui concerne les montants de fonds publics disponibles et le choix de l'instrument — le Fonds canadien de télévision, la SRC ou encore de nouveaux crédits d'impôt, des mesures d'encouragement pour les superproductions canadiennes, toutes ces avenues devraient être envisagées.

Même si les fonds publics mis à la disposition des dramatiques canadiennes étaient multipliés par quatre, cela ne garantirait pas pour autant leur succès — du moins pas dans les mêmes termes et de la même manière que pour nos voisins du sud. Pour nous assurer du succès d'une dramatique canadienne, dans le même genre que les émissions *West Wing* ou *Law and Order*, il faudrait dépenser plus d'un milliard de dollars par année — ce qui dépasse largement le montant de tous les profits des radiodiffuseurs privés au Canada.

Même si nous faisons tout notre possible pour encourager ces réussites, nous devons aussi mettre à contribution toutes nos ressources créatives et d'entreprises pour améliorer de façon durable l'auditoire des séries dramatiques canadiennes. Aujourd'hui, au Canada anglais, les dramatiques canadiennes intéressent 10 p. 100 ou 11 p. 100 de tout l'auditoire pour les dramatiques, ce qui représente une hausse de 4 p. 100 à 6 p. 100 par rapport à il y a 10 ans, mais une stagnation par rapport à plus



measures to make that happen. If we define our goal that way — viewing, not just volume; sustainability, not just the occasional success — we at CHUM can certainly play our part.

The more success we create with these shows, the less reliant we become on second-grade U.S. programming. The less reliant we become on U.S. programming, the more control we have over our own destiny. As I said in Banff, “We cannot build a future where we surrender our living rooms and bedrooms to decisions made in the boardrooms of Madison Avenue and Hollywood.”

In closing, madam chair, honourable members of the committee, we believe that players like CHUM provide evidence of diversity in the Canadian media system. We sincerely hope that concerns over media concentration do not result in public policy interventions that could have negative, unintended consequences on other players that contribute to an otherwise and rich media culture in Canada.

Thank you again for your time, madam chair and honourable members. Of course, we would be pleased to take your questions.

**Senator Graham:** I remember very well when CHUM hit the scene. Some of you around here are not old enough to remember that 50 years ago. Indeed, I recall the new sound and the impact that it had. I became acquainted with some of the people involved.

In your annual report for 2002, you talked about focusing on multi-platform synergies. What are those synergies within CHUM and do you have any plans for getting into the print media?

**Mr. Switzer:** We have absolutely no plans whatsoever to get involved in the print business in any way. I can say that very clearly. That has been a consistent decision of this company and remains the position of our larger shareholder and of management.

We have chosen to specialize in areas where we believe we can make a contribution, where we can maintain a meaningful and relevant relationship with our listeners and viewers. We continue to operate primarily in three areas: in radio, in conventional television, and in speciality television. We have an increasing involvement and success in reaching clients over the Internet. We have no interest whatsoever in terms of newspapers.

de la moitié de la dernière décennie. Fixons-nous comme objectif d'atteindre 15 p. 100 de l'auditoire pour les dramatiques canadiennes à la télévision de langue anglaise d'ici cinq ans, et mettons en place des incitatifs et des mesures pour atteindre cet objectif. Si nous définissons notre objectif ainsi — c'est-à-dire en fonction de l'auditoire, et non seulement du volume, de la durabilité, et non seulement du succès occasionnel — nous, de CHUM, pourrions certainement faire notre part.

Plus nous avons de succès avec ces émissions, et moins nous avons besoin de ces émissions américaines de deuxième catégorie. Et moins nous avons besoin de ces émissions américaines de deuxième catégorie, et plus nous avons de contrôle sur notre destinée. Comme je l'ai dit à Banff, nous ne pouvons pas construire un avenir en laissant les conseils d'administration de Madison Avenue et de Hollywood décider de ce qui se passe dans nos salles de séjour et dans nos chambres à coucher.

En terminant, madame la présidente, et honorables membres du comité, nous sommes convaincus que des intervenants comme CHUM font la preuve de l'existence de la diversité au sein du système des médias canadiens. Nous espérons sincèrement que les préoccupations suscitées par la concentration des médias ne déclencheront pas des interventions gouvernementales susceptibles d'avoir des conséquences négatives imprévues sur d'autres acteurs qui contribuent à une culture des médias riche à bien d'autres égards au Canada.

Merci encore une fois d'avoir pris le temps de nous écouter, madame la présidente et honorables membres du comité. Nous sommes prêts à répondre à vos questions.

**Le sénateur Graham:** Je me rappelle très bien quand CHUM est entrée en scène. Certains d'entre vous sont trop jeunes pour s'en rappeler, c'était il y a 50 ans. Je me souviens très bien du nouveau son et de l'impact que cela avait eu. J'ai fait la connaissance de certains des premiers artisans.

Dans votre rapport annuel de 2002, vous parlez de vous concentrer sur les synergies créées par les nombreuses plateformes. Quelles sont ces synergies à l'intérieur de CHUM et pouvez-vous nous dire si vous projetez de faire des acquisitions dans les médias imprimés?

**M. Switzer:** Nous n'avons pas la moindre intention de nous lancer dans le domaine des médias imprimés. Je peux vous le dire en toute tranquillité. C'est une décision que nous avons prise dans le passé au sein de l'entreprise, et qui rejoint celle de notre plus gros actionnaire et de la direction.

Nous avons choisi de nous spécialiser dans des domaines où nous pensons être à même d'apporter notre contribution, et où nous pouvons entretenir des relations significatives et pertinentes avec nos auditeurs et nos téléspectateurs. Nous continuons d'exercer nos activités principalement dans trois secteurs: la radio, la télévision classique et la télévision spécialisée. Nous nous intéressons de plus en plus aux possibilités de rejoindre nos clients par le truchement d'Internet et nous remportons certains succès en ce domaine. Nous ne nous intéressons pas du tout en revanche aux journaux.



As to multi-platform, we have historically run our company as two separate and occasionally competitive divisions — a radio and a television division. The references in our annual report last year were to acknowledge the changes that are going on in our company. These changes are constructive and timely. We were looking to some structural changes, primarily in the back offices, as well on the advertising and marketing side to better connect with and — frankly, not compete directly where radio sales reps, television and sales reps were occasionally going to the same client competing with each other.

We have great relationships with listeners and viewers across the country. Our goal is to figure out better ways as a company to monetize that.

**Senator Graham:** Does cross-media ownership by your competitors affect you at all?

**Mr. Switzer:** Yes, it does. We touched briefly this morning on small, important issues where in some markets our competitor in television also owns the only local daily newspaper. That is certainly a challenge, when it is hard to get coverage, get attention and get listings. In fact, sometimes have them accept our advertising. We do not raise it today as a major threat to our sustainability or our business. However, it is what we would consider a business irritant with which we have learned to deal.

**Senator Graham:** Ms. Crawford touched in her part of her presentation on literacy. Do you feel that broadcasting has a responsibility with respect to education in general and most particularly, since you do have a focus on young people, with respect to educating our young people? If so, apart from literacy, which is very important, do you have any other programs or initiatives in terms of educating our young Canadians?

**Ms. Crawford:** That is a great question and it is a big question. Media literacy — that is to raise the literacy of young people as concerns electronic media — ought to be a concern of all Canadians. Love it or hate it, whatever one's position is about the electronic media — I am talking about the electronic media on the screen — it is a highly ubiquitous part of our media world and especially the worlds of our young people.

When we talk about screen-based media, we are not only talking about television, we are talking about the computer and what is on the film screen. We believe that all of us should want to give our young people media literacy skills because these media

Pour ce qui est des plates-formes multiples, nous avons toujours administré notre entreprise comme s'il s'agissait de deux divisions distinctes et occasionnellement concurrentes — une division de la radio et une division de la télévision. Dans notre rapport annuel de l'année dernière, nous voulions faire allusion aux changements survenus dans l'entreprise. Ces changements sont de nature constructive et surviennent au bon moment. Nous voulions effectuer certains changements structurels, surtout en ce qui concerne les infrastructures d'arrière-plan, de même qu'en matière de publicité et de marketing afin d'améliorer les rapports et — en toute franchise, de ne pas entrer en concurrence directe parce qu'il peut arriver à l'occasion que les représentants commerciaux de la radio et de la télévision se fassent concurrence pour le même client.

Nous entretenons d'excellentes relations avec nos auditeurs et nos téléspectateurs de tout le pays. Notre objectif est de trouver de meilleurs moyens en tant qu'entreprise de traduire ces bons rapports en avantages financiers.

**Le sénateur Graham:** Est-ce que le fait que vos concurrents soient propriétaires de plusieurs médias a une incidence sur vos activités?

**M. Switzer:** Oui, en effet. Nous avons brièvement abordé ce matin une situation importante, quoique peu répandue, qui se présente lorsque notre concurrent sur le marché de la télévision possède aussi le seul quotidien local. Il est certain que c'est un défi, lorsque nous éprouvons de la difficulté à obtenir des espaces dans les imprimés, à obtenir de l'attention et à figurer dans les horaires télé. À vrai dire, parfois nous réussissons à leur vendre nos messages publicitaires. Nous ne disons pas que cela constitue une menace importante pour notre survie ou pour nos activités. Toutefois, nous considérons cette situation comme un irritant avec lequel nous avons appris à composer.

**Le sénateur Graham:** Mme Crawford a abordé durant son exposé la question de l'éducation. Avez-vous l'impression que les radiodiffuseurs ont une responsabilité en matière d'éducation en général, et plus particulièrement, étant donné que vous comptez un auditoire de jeunes, en ce qui concerne leur éducation? Si c'est le cas, mis à part vos efforts en matière d'éducation sur les médias, qui sont très importants, avez-vous d'autres programmes ou initiatives visant à faire l'éducation des jeunes Canadiens?

**Mme Crawford:** C'est une question à la fois très intéressante et très compliquée. L'éducation sur les médias — c'est-à-dire les efforts visant à expliquer aux jeunes en quoi consistent les médias électroniques — devrait concerner tous les Canadiens. Que l'on aime ces médias ou pas, quelle que soit l'opinion que l'on entretienne au sujet des médias électroniques — je veux parler des médias que l'on voit à l'écran — ils constituent une partie omniprésente de notre univers médiatique et plus particulièrement de l'univers des jeunes.

Lorsque nous parlons des médias sur écran, nous ne visons pas seulement la télévision, mais aussi les ordinateurs et ce qui est projeté sur les écrans de cinéma. Nous pensons que chacun d'entre nous devrait être prêt à aider les jeunes à acquérir des

are such a part of our world. It is part of how our young people will be engaged as citizens, how they will get their entertainment and information.

We encourage people in our schools to think critically and analytically about what is on the page. We must give them the same tools to think about what is on the screen.

Providing people with the skills to be more media literate will create better content creators within our system — we see it as part of an investment in talent development. We see it as just a basic literacy skill. We do a number of things in this regard. It has been a major public service at CHUM for almost 20 years.

I will mention a couple of specific initiatives and ways that we support media literacy just to give you an idea and of course we would be pleased to provide details if anybody would like it.

One of the main ways we support media literacy is by providing financial support. There are two media literacy organizations doing fantastic work in Canada. One is the Media Awareness Network. If you are not familiar with them, I urge you to visit their website. It is a model for media literacy and dissemination of information. It is a clearing house of all media literacy information in Canada. It is a sophisticated bilingual website and serves as a model for other countries around the world to emulate. CHUM is a sponsor at the highest level. We provided seed money when the Media Awareness Network was created by the NFB many years ago. It is a major organization that we continue to support.

Another one that we touched on earlier is the Media Literacy Centre through each of our local stations. In addition to the national support we provide as a company, we do community outreach initiatives in media education. We will fund the work of a local media education teacher, who is not paid to go into the community. I should mention that media literacy is a mandated part of every level of the curriculum from K to 12 across Canada. However, teachers do not receive any training in media education at teachers college. They are not being taught how to use the screen or how to teach what is on the screen, so we are trying to step in as a private company and provide support in this area.

connaissances sur les médias, parce qu'ils font partie de notre univers. Ils jouent un rôle dans la manière dont les jeunes vont s'engager en tant que citoyens, dans la manière dont ils vont aborder leurs moyens de divertissement et d'information.

Nous encourageons ceux qui fréquentent les écoles à développer un esprit critique et analytique par rapport à ce qui est écrit sur la page imprimée. Nous devons leur fournir les mêmes outils en ce qui concerne ce qui est affiché à l'écran.

En dotant les gens de meilleures aptitudes en ce qui concerne la compréhension des médias, nous contribuons à créer de meilleurs producteurs de contenu dans notre système — nous voyons cet exercice comme un investissement dans le perfectionnement des talents. Nous voyons cette initiative comme une aptitude de base en matière d'éducation. Nous faisons un certain nombre de choses à cet égard. C'est une activité qui figure parmi les efforts en matière de service public que consent CHUM depuis près de 20 ans.

Je vais vous mentionner deux ou trois initiatives particulières et divers moyens que nous prenons en vue de favoriser l'initiation aux médias, seulement pour vous donner une idée, et bien entendu, je vous fournirai avec plaisir plus de précisions, si cela vous intéresse.

L'un des principaux moyens que nous utilisons pour favoriser l'éducation sur les médias consiste à offrir un soutien financier. Il y a deux organisations au Canada qui accomplissent un travail fantastique dans le domaine de l'éducation sur les médias. L'une d'entre elles est le Réseau Éducation-Médias. Si vous ne le connaissez pas, je vous encourage fortement à visiter son site Web. Cette organisation est un modèle du genre en ce qui concerne l'éducation sur les médias et la diffusion de l'information. Elle agit comme un carrefour d'information sur les initiatives d'éducation sur les médias au Canada. C'est un site Web bilingue très élaboré qui sert de modèle à d'autres pays étrangers. CHUM est un de leurs commanditaires les plus importants. Nous avons fourni des capitaux de lancement lors de la création du Réseau Éducation-Médias qui a été mis sur pied par l'ONF, il y a de nombreuses années. C'est une organisation de grande envergure à laquelle nous continuons d'offrir notre appui.

L'autre initiative à laquelle nous avons fait allusion un peu plus tôt est le Centre d'initiation aux médias auquel on accède par le truchement de chacune de nos stations locales. En plus du soutien national que nous offrons en tant qu'entreprise, nous participons à des initiatives communautaires de vulgarisation dans le domaine de l'éducation sur les médias. Nous allons financer le travail d'un enseignant sur les médias qui n'est pas payé pour ses prestations au sein de la collectivité. Je devrais mentionner que l'éducation sur les médias fait partie du programme d'enseignement obligatoire pour les élèves de la maternelle jusqu'à la 12<sup>e</sup> année au Canada. Cependant, les enseignants ne reçoivent aucune formation sur les médias durant leurs études. On ne leur enseigne pas comment se servir d'un écran ou comment enseigner à l'aide de ce qui est affiché à l'écran, aussi nous essayons de faire notre part en tant qu'entreprise et d'offrir notre aide dans ce domaine.

We provide teacher training in various communities. We provide consumer and community-based training for parents and students. The London Public Library is just one of the most recent ways that we have tried to expand this community outreach by providing a physical venue in this newly redesigned community centre for people to come.

**Senator Graham:** Would that be through CFPL?

**Ms. Crawford:** Yes, CFPL is our local station in London. They are very active in working with local educators to make sure the centre is vibrant. We have got some summer institutes that are in discussion now and we are planning on providing to the community.

It goes deep. It is a long-standing commitment. Corporately, we really believe in it. We do it above and beyond anything that is expected of us or required by us by a regulator. This is a big public service that we think is important and we are very committed to it.

**Senator Graham:** I suppose my question could be categorized under the general heading of editorial freedom. I do not know if you give that totally to your individual stations, your newscasters and, most particularly, I suppose your open-line radio hosts who have powerful instruments at their disposal in terms of the public airwaves to influence public opinion.

It is a question of balance. Do you insist on balance, or are local line hosts free to carry on and to express their opinions and to slant or sway public opinion one way or the other? Do you have any kind of system of checks and balances? Do you do any kind of monitoring that you do? What is the general policy in that respect?

**Mr. Switzer:** Senator, that is an excellent question. Balance of course is an absolutely, critically important principle by which we live. There is no national editorial policy; there is no national news director; and there is no national individual that guides. Every local manager led by the general manager and led by the program manager must ensure — in both our radio and our television station but we are talking about radio here — that there is balance, particularly in stations that rely heavily on talk. It is a watchword that we live by.

The checks and balances are of course responsibility to the viewers first. We pay attention to feedback, concerns and complaints. We have various internal mechanisms and structures that are in place to ensure those checks and balances work. There is also the Canadian Broadcast Standards Council, the CRTC and others.

Nous offrons de la formation aux éducateurs dans diverses collectivités. Nous offrons de la formation aux consommateurs ainsi qu'aux parents et aux élèves dans le cadre de programmes de formation communautaires. La bibliothèque publique de London est seulement un des nombreux moyens que nous avons trouvés récemment pour élargir notre approche communautaire en fournissant un lieu de consultation dans ce nouveau centre communautaire conçu pour inciter les gens à venir le consulter.

**Le sénateur Graham:** Est-ce que cette consultation s'effectue par le truchement de CFPL?

**Mme Crawford:** Oui, CFPL est notre station locale à London. Cette station s'emploie activement auprès des éducateurs de la région afin que le centre bourdonne d'activité. Nous sommes en pourparlers concernant des ateliers d'été que nous prévoyons offrir à la collectivité.

Ces actions ont des ramifications profondes. Il s'agit d'un engagement à long terme. En tant qu'entreprise, nous y croyons vraiment. Nous avons décidé de nous y intéresser peu importe ce que l'on attend de nous ou ce qui répond aux normes de l'organisme de réglementation. Il s'agit d'un important service public, qui à notre avis est important, et auquel nous tenons beaucoup.

**Le sénateur Graham:** Je suppose que ma question pourrait se classer sous la rubrique générale de l'indépendance rédactionnelle. Je ne sais pas si vous accordez une indépendance totale à cet égard dans vos stations, à vos lecteurs de nouvelles, et plus particulièrement, je suppose à vos animateurs de ligne ouverte qui disposent d'instruments puissants sur les ondes pour influencer l'opinion publique.

C'est uniquement une question d'équilibre. Est-ce que vous insistez sur l'équilibre, ou alors est-ce que les animateurs de lignes ouvertes locales ont toute latitude pour exprimer leurs opinions ou encore pour faire pencher l'opinion publique dans un sens ou dans l'autre? Avez-vous un système de contrôle? Exercez-vous une surveillance quelconque? Quelle est votre politique générale à cet égard?

**M. Switzer:** Sénateur, c'est une excellente question. L'équilibre est bien entendu un principe important absolument crucial et auquel nous adhérons complètement. Nous n'avons adopté aucune politique rédactionnelle nationale; il n'y a pas de chef de nouvelles national, et personne n'est chargé à l'échelle nationale de fournir des lignes directrices à cet effet. Chaque directeur local, en collaboration avec son directeur général et son directeur de la programmation doit s'assurer — dans nos stations de radio et de télévision, mais ici il est question de la radio — qu'il y a un équilibre, et surtout dans les stations où il y a beaucoup d'émissions-débats. C'est le mot d'ordre que nous nous sommes donné.

Les contrôles sont bien entendu une responsabilité que nous avons à l'égard de nos téléspectateurs, en tout premier lieu. Nous sommes attentifs à leurs commentaires, à leurs préoccupations et à leurs plaintes. Nous nous sommes dotés de divers mécanismes et structures internes qui visent à faire en sorte que ces contrôles soient efficaces. Il y a également les normes du Conseil canadien de la radiodiffusion, le CRTC et d'autres organisations.



However, it starts and is solely responsible and taken seriously at the station level by each manager and, yes, balance is part of the responsibility of operating radio. When you rely on talk, there will be controversy and that can sometimes create for very exciting radio; however, that does not take away from the responsibility of the station, the management, this company and the senior executives to ensure that balance exists.

**Senator Graham:** You do not exercise any central control in terms of checks or balances or a monitoring system? It is merely up to the local manager.

**Mr. Switzer:** We insist on reports on a timely basis of any concerns expressed by any listener in the community. We get these reports on a monthly basis informally and on a quarterly basis formally. Every single concern that might be raised by any listener across the country is taken extremely seriously. That ensures that we are not only doing what we think is right thing but that we are listening to our viewers and listeners in a timely way.

**Senator Gustafson:** You mentioned the fact that you were very concerned about unlicensed dishes. Coming from a rural area one of the problems one faces is to get media coverage equal to that in larger centres and so on.

I would like to hear your comments on that. Is this a major challenge for you or major threat?

**Mr. Switzer:** We think it is a very important issue for the strength of the overall Canadian broadcasting system. As you very well know the economics in media-market television — certainly small-market television as in some small market radio — is getting increasingly difficult. As satellite penetration grows, particularly in rural areas, north of 30 per cent, north of 40 per cent, I think in some communities in Canada, smaller communities in Canada it is north of 50 per cent, viewers begin to exercise their right to more choice that is available to them in the system.

No one is concerned with choice, competition or more voices. We are concerned when there is leakage to the system and viewers elect to steal signals and illegally chose foreign signals. We think that results — if you go down that path — in a weakening the Canadian system in terms of ensuring that there are strong Canadian voices that medium-size markets still are able to produce.

Toutefois, tout commence à la station, et c'est là que chaque directeur assume la responsabilité et la prend au sérieux, et en effet, l'équilibre fait partie de la responsabilité d'un exploitant de services de radiodiffusion. Dans les stations où l'on présente beaucoup d'émissions-débats, cela suscite de la controverse et crée beaucoup d'excitation sur les ondes; mais cela n'élimine pas la responsabilité de la station, de la direction, de cette entreprise et de la haute direction de faire en sorte qu'il y ait un équilibre.

**Le sénateur Graham:** Vous n'exercez aucun contrôle central, c'est-à-dire qu'il n'y a aucune vérification ou aucun mécanisme de surveillance? Toute la responsabilité repose sur le directeur local.

**M. Switzer:** Nous insistons pour recevoir régulièrement des rapports sur les préoccupations exprimées par n'importe quel auditeur de la localité. Ces rapports nous sont transmis chaque mois, de façon informelle, et trimestriellement, de façon officielle. Toutes les préoccupations soulevées par n'importe quel auditeur de partout au pays sont prises très au sérieux. De cette manière, nous nous assurons non seulement de faire ce que nous croyons être bien, mais aussi nous prêtons l'oreille à nos auditeurs et à nos téléspectateurs en temps utile.

**Le sénateur Gustafson:** Vous avez mentionné le fait que vous étiez très préoccupés au sujet des antennes paraboliques obtenues sans licence. Je suis originaire d'une région rurale, et l'un des problèmes que l'on éprouve dans ces contrées est la difficulté d'obtenir le même choix d'émissions que dans les grands centres, et ainsi de suite.

J'aimerais entendre vos commentaires à ce sujet. Est-ce que cela représente une difficulté importante pour vous ou une menace sérieuse?

**M. Switzer:** Nous pensons qu'il s'agit d'un problème important pour la vigueur du système de radiodiffusion canadien dans son ensemble. Comme vous le savez, la situation économique dans les marchés moyens de services de télévision — et encore plus dans les petits marchés, et dans certains petits marchés pour les services de radio — devient de plus en plus difficile. Alors que la pénétration des services par satellite s'accroît davantage, particulièrement dans les régions rurales, au nord, de 30 p. 100; dans certaines régions du Canada, au nord, de 40 p. 100, et dans les petites localités du Canada, cette pénétration est au nord, de 50 p. 100, les téléspectateurs commencent à exercer leur droit d'obtenir un choix plus vaste d'émissions que ce que le système officiel leur offre.

Personne ne s'inquiète au sujet du choix offert, de la concurrence ou d'entendre davantage de voix. Nous nous inquiétons plutôt de ce qu'il y a des fuites dans le système, et de ce que des téléspectateurs décident de voler les signaux et de choisir illégalement des signaux étrangers. Nous pensons que ce comportement — si on n'y met pas bon ordre — entraînera un affaiblissement du système canadien, et qu'il deviendra de plus en plus difficile de faire entendre les vigoureuses voix canadiennes que ces marchés moyens sont encore capables de produire.

**Senator Gustafson:** Can I use the example of the football game between the Rough Riders and Regina, and you may not have heard they won. The only towns able to get the game were the larger towns where they had piped in TV. The small centres did not get any coverage at all. That was a real concern.

I believe Fox decided to go with the baseball finals in New York as opposed to carrying the broadcast. This raised the whole question of how we handle media in rural areas, especially in the north. I imagine it would be much more critical in the North than it is in Saskatchewan or Manitoba.

**Mr. Switzer:** It ties back to our point of the importance of a sovereign, independent strong Canadian system. We do not operate generally in the area of sports on television. We have three sports radio stations that are very successful. There are other issues that it is difficult and we see around the world the whole question of sports rights migrating from conventional television to various forms of pay television. That is another issue.

I certainly do not want to let my bias of being raised in Estevan alter my answer here or which sports team I want to be in favour of having temporarily been in Toronto for 20 some odd years.

If we do not have a strong, successful and profitable Canadian system, those decisions as to which games play on which channel in which window will be made in the private sector to the benefit of viewers because it is not only the right thing to do locally, it is also good business. When we as an industry start making our decisions based on what the Americans are doing, or end up relying on the profits that we might earn from second-rate American shows because we need those monies to help pay for things that are not paying their way in the Canadian system, that is not in the best interests of the Canadian system. I think what you are seeing in terms of programming and regional abnormalities are a result of too much power in the hands of the Americans.

**Senator Merchant:** I want to talk about the radio portion of your business. That is where you began and where you have some good corporate history. Please appreciate that as members of this committee we are seeking your views rather than necessarily expressing ours. I am interested in your view as one of the boldest and traditionally more successful operators in Canada. CHUM in Toronto was the voice of rock. You were boss for decades.

How does the fact that you were a very successful top 40 radio station in Toronto make CHUM an appropriate choice for a talk format in Ottawa? Why would a successful operator in

**Le sénateur Gustafson:** J'aimerais me servir de l'exemple du match de football entre les Rough Riders et Regina, et vous ne le savez peut-être pas, mais ils ont gagné. Les seules villes où l'on pouvait suivre la partie étaient les grandes villes où l'on transmettait le match à la télé. Les petits centres n'ont bénéficié d'aucun compte-rendu du match. Ce fut une vraie déception.

Je pense que Fox a décidé de diffuser les finales du baseball à New York plutôt que de transmettre le match. Toute cette histoire ramène sur le tapis la question de savoir comment les médias sont orchestrés dans les régions rurales, et particulièrement dans le nord. J'imagine que c'est encore plus critique dans le nord que ça peut l'être en Saskatchewan ou au Manitoba.

**M. Switzer:** Ceci nous ramène à notre remarque comme quoi il est important de nous doter d'un système canadien souverain et indépendant. Nous ne diffusons pas de façon générale d'émissions sportives à la télévision. Nous possédons trois stations de radio d'émissions sportives qui ont beaucoup de succès. On soupçonne que ce n'est pas toujours facile, et on assiste à une migration, dans le monde entier, des droits de diffusion des émissions sportives qui passent de la télévision classique à diverses formes de télévision payante. C'est un autre problème.

Je ne voudrais surtout pas que le fait d'avoir été élevé à Estevan influence ma réponse ou qu'il influence le choix de mon équipe sportive préférée, même si je vis à Toronto depuis près de 20 ans maintenant.

Si nous ne nous dotons pas d'un vigoureux système canadien, rentable et prospère, les décisions ayant trait à la diffusion de tel ou tel match sur telle ou telle station, et à telle heure d'écoute seront prises par le secteur privé pour le bénéfice de certains téléspectateurs, parce que non seulement c'est la bonne chose à faire, localement, mais que c'est aussi une bonne décision d'affaires. Lorsqu'en tant qu'industrie, on commence à prendre nos décisions en fonction de ce que font les Américains, ou que l'on finit par dépendre des profits que l'on pourrait tirer de la diffusion d'émissions américaines de deuxième catégorie parce qu'on a besoin d'argent pour financer des projets qui ne sont pas rentables dans le système canadien, ce n'est pas dans l'intérêt du système canadien. Je pense que la situation à laquelle nous assistons, en ce qui concerne la programmation et les anomalies régionales, résultent de notre trop grande dépendance à l'égard des Américains.

**Le sénateur Merchant:** J'aimerais que nous parlions de la division de la radio de votre entreprise. C'est dans ce domaine que vous avez fait vos débuts, et vous y avez accumulé passablement d'expérience. N'oubliez pas qu'en tant que membres de ce comité, nous sommes intéressés à connaître votre point de vue, plutôt qu'à exprimer le nôtre. J'aimerais connaître votre point de vue en tant que l'un des exploitants les plus reconnus et les prospères du marché au Canada. À Toronto, CHUM était la station de la musique rock. Vous avez fait la pluie et le beau temps durant des décennies.

En quoi la popularité de la station à Toronto en tant que diffuseur d'une émission sur les 40 premières places du palmarès fait-elle de CHUM une bonne station pour des émissions-débats à



Saskatchewan — similar to yours in that they play rock music — be an appropriate choice to have a licence for a country and western station in Toronto?

I am concerned about the criteria that the CRTC use when they grant a broadcaster a licence. It seems to me that there is no connection to community or to the product and that the CRTC appears to give the licence based on whether you have a successful operation, rather than whether you have a connection to that particular community.

A licence is a very important thing for a broadcaster to get. It is a licence to make money. In this kind of a system where you need a licence to open a station, how does that benefit anybody but the broadcaster?

**Mr. Switzer:** Those are very important and very complicated questions. We will try to be as forthcoming as possible. However, I hope you appreciate that our answers have to be muted because we are and have just sat before the CRTC, in fact, asking for the privilege in radio of serving Edmonton with a new urban radio station in partnership with our friends at Mile Stone in Alberta where we operate and have operated television for almost 10 years with Access, the educational station in the Province of Alberta.

I will ask Mr. Miller to address the issues that we think are important and whether we are comfortable — if I understand your question — with the way the commission is choosing licence winners.

I must respond, with respect, to your comment that a broadcasting license is a licence to print money. It is a privilege to serve Canadians in markets where we are fortunate enough to win licences. As a company in radio and television, we have been very fortunate in the past 20 years. We have certainly not won all or nearly everything we have wanted to do but it is a business, yes, but it also comes with great responsibility.

I believe that the best broadcasters in Canada wake up in the morning knowing that they must do both. They cannot serve listeners unless they have a business. However, they must also remember — even in the private sector — that a broadcasting is leasing public airwaves and with that right and that business opportunity comes a responsibility. I do not just say that as words. That is how we operate. That is why we put the connections and encourage the passion and operate our system in a decentralized way.

Ottawa? Pourquoi un exploitant de la radio ayant une certaine notoriété en Saskatchewan — et qui vous ressemble un peu, parce qu'il diffuse de la musique rock — devient-il un bon candidat pour obtenir une licence de diffuseur de musique country et western à Toronto?

Je m'intéresse aux critères qu'utilise le CRTC lorsqu'il décide d'accorder une licence de radiodiffuseur. Il me semble qu'il n'y a aucun lien avec la collectivité ou avec le produit, et que le CRTC semble délivrer des licences en se fondant sur les résultats financiers du radiodiffuseur, plutôt que sur le fait qu'il entretient un lien particulier avec cette collectivité.

La licence est une chose très importante pour un radiodiffuseur. C'est une licence qui permet de faire de l'argent. Dans ce système où il faut une licence pour ouvrir une station, comment ce système peut-il profiter à qui que ce soit, mis à part le radiodiffuseur?

**M. Switzer:** Ce sont des questions très importantes et auxquelles il est très difficile de répondre. Je vais essayer de me montrer le plus ouvert possible. Toutefois, j'espère que vous tenez compte du fait que nous devons nous montrer réservés dans nos réponses parce que nous sommes participants actuellement à des audiences du CRTC. Ces audiences visent à obtenir le privilège d'offrir des services de radiodiffusion à Edmonton avec une nouvelle station de radio urbaine, en partenariat avec nos amis de Mile Stone en Alberta où nous exploitons une station de télévision depuis près de 10 ans. Il s'agit de Access, la station éducative de la province d'Alberta.

Je vais laisser M. Miller vous répondre sur ces questions que nous trouvons importantes et vous dire si nous sommes à l'aise — si j'ai bien compris le sens de votre question — avec la manière dont le Conseil choisit les titulaires de licences.

Je dois néanmoins répondre, avec tout le respect que je vous dois, à votre affirmation comme quoi obtenir une licence de radiodiffusion équivaut à obtenir un permis pour imprimer de l'argent. C'est un privilège de servir les Canadiens dans des marchés où nous avons la chance d'obtenir une licence de radiodiffusion. En tant qu'entreprise spécialisée dans la radio et la télévision, nous avons eu beaucoup de chance au cours des 20 dernières années. Nous n'avons pas obtenu tout ce que nous souhaitions en tant qu'entreprise, mais s'il est vrai que c'est un marché lucratif, c'est aussi vrai qu'il comporte des responsabilités.

Je pense que les meilleurs radiodiffuseurs au Canada se lèvent le matin en sachant très bien qu'ils doivent faire les deux. Autrement dit, ils ne peuvent pas offrir des services à leurs auditeurs à moins d'en retirer des avantages financiers. Toutefois, ils doivent toujours garder à l'esprit — même dans le secteur privé — qu'une entreprise de radiodiffusion obtient seulement la location des ondes hertziennes et que ce droit qui lui est accordé, cette occasion d'affaires, comporte aussi une responsabilité. Je ne fais pas que répéter des lieux communs. C'est de cette manière que nous fonctionnons. C'est la raison pour laquelle nous établissons des connexions, et encourageons la passion et exploitons notre système de manière décentralisée.



In Toronto, we are not in the best position to decide what is best for listeners in Ottawa or Winnipeg or in Kitchener or Windsor. The local men and women that run those stations are. We have been privileged in the past to win many new licences — not as much in radio — and we still have great faith in the integrity of the system, in the structure and choices that we must make.

Where we see an opportunity — as we did in Edmonton — where there is clearly an unmet need, particularly in urban music, and an expertise and partnership that we thought fit the bill, we always respond in ways where we think we can make the best contribution to listeners. I am not sure it would be appropriate or courteous of us to comment about some of our competitors in other markets and whether they are worthy or not, and whether we think they should have won that privilege or not.

Mr. Miller, do you want to add something here?

**Mr. Peter Miller, Vice-President, Planning and Regulatory Affairs, CHUM Ltd.:** I would add that the CRTC has, in its many decades of history, developed a very comprehensive, open, public competitive process to decide who should receive the privilege. As you point out, it is a privilege to win a broadcast licence.

They examine everything from diversity — that is, ownership diversity — diversity of community in question — factors such as the track record of the broadcasters and their financial viability. There is generally a panel of five commissioners, who generally represent the region and the rest of the country so that there is a balanced a decision-making process as possible.

On the whole, — I think Mr. Dalfen said when this when he appeared you — the system works because of the five or six interested parties in a proceeding, perhaps only the winner is only partially happy, because even the winners may find themselves under conditions with which they are not entirely happy. It is not a perfect system but it is the best one under the circumstances.

I would also mention that after a licence is issued and there are changes in ownership, there are different criteria. Those are not a competing process by nature of the business reality that one acquires a piece of property, even if it is a broadcast licence, it is hard to do that in a competitive manner. In that process, the commission looks to ensure that there are significant benefits to a transaction and they will look at various other factors.

On the whole, we have developed a system that works quite well in Canada. The system balances the public interest with the necessity and needs of a competitive market to try and arrive at good public service. As we alluded to in our speech, some would

À Toronto, nous ne sommes pas les mieux placés pour décider de ce qui convient le mieux aux auditeurs d'Ottawa ou de Winnipeg ou de Kitchener ou encore de Windsor. Ce sont les hommes et les femmes qui dirigent les stations sur place qui sont les mieux placés pour le faire. Nous avons eu le privilège dans le passé d'obtenir de nombreuses licences — mais, pas autant dans le domaine de la radio — et nous avons toujours foi dans l'intégrité du système, dans la structure et dans les choix que nous devons faire.

Lorsque nous voyons une opportunité — comme à Edmonton — où il existe de toute évidence un besoin non satisfait, et surtout en ce qui concerne la musique urbaine, et une expertise et un partenariat susceptibles de remplir la mission, nous réagissons toujours de manière à offrir la meilleure réponse possible aux auditeurs. Je ne pense pas qu'il serait opportun ni courtois de notre part de vous faire des commentaires au sujet de certains de nos concurrents dans d'autres marchés, et de vous dire s'ils étaient dignes ou pas d'obtenir leur licence et si nous pensons qu'ils auraient dû obtenir ce privilège ou non.

Monsieur Miller, voulez-vous ajouter quelque chose?

**M. Peter Miller, vice-président, Planification et réglementation, CHUM Ltd.:** J'aimerais dire que le CRTC, depuis les nombreuses décennies qui ont marqué son histoire, a mis au point un processus concurrentiel très complet, ouvert et public lui permettant de décider qui devrait obtenir ce privilège. Comme vous l'avez souligné, c'est un privilège que d'obtenir une licence de radiodiffusion.

Durant ses audiences, il examine tout, de la diversité — c'est-à-dire la diversité de la propriété — la diversité de la collectivité en cause — jusqu'aux facteurs comme les antécédents du radiodiffuseur et sa santé financière. C'est en règle générale un groupe formé de cinq commissaires, qui représentent habituellement la région et le reste du pays, qui prend la décision, de sorte que le processus est aussi équilibré que possible.

Dans l'ensemble, — je crois que c'est ce que M. Dalfen vous a expliqué lorsqu'il est venu témoigner devant vous — le système fonctionne, parce qu'il y a cinq ou six parties intéressées lors d'une audience, et peut-être que seulement le gagnant de la licence n'est pas complètement satisfait, parce que même les gagnants se retrouvent assujettis à des conditions avec lesquelles ils ne sont pas entièrement d'accord. Ce système est imparfait, mais c'est le meilleur dans les circonstances.

Je voudrais dire aussi qu'une fois qu'une licence a été attribuée, et qu'il y a eu des changements apportés à la propriété, des critères différents d'appliquent. On n'assiste pas alors à un processus concurrentiel aux termes de la réalité du monde des affaires, où quelqu'un fait l'acquisition d'un élément d'actif, même s'il s'agit d'une licence de radiodiffusion, parce que c'est difficile de faire cela dans un contexte concurrentiel. Au cours de ce processus, le Conseil s'efforce de déterminer si la transaction comporte des avantages importants et il évalue divers autres facteurs.

Dans l'ensemble, nous avons mis au point un système qui fonctionne assez bien au Canada. Ce système permet d'établir un équilibre entre l'intérêt public et les exigences d'un marché concurrentiel, et ses efforts en vue d'en arriver à offrir un bon

say that the runners of MuchMusic would have been inappropriate operator of an arts channel. I would like to think that we proved those critics wrong and in operating our talk stations and talk shows have also demonstrated that we can reflect the needs of our audiences and have successful businesses at the same time.

**Senator Merchant:** This is a very unique situation with broadcasting. You talk about competition. The CRTC makes it known to the broadcaster that they want to open a country and western station in Toronto. Somebody from Regina or Vancouver makes an application to operate a station there.

In any other business — let us for instance say that Birks who have a certain kind of upper end of the jewellery business wanted to come to Moose Jaw where we have a very small operation of people that make costume jewellery. Imagine if a licence were to be granted to somebody to make costume jewellery and Birks swooped in and, because of their record as a reputable merchant, set up a business in Moose Jaw. How is that good for that small community to get a big giant coming in and setting up business there because you need a licence. It is different if they want to just open up and compete.

**Mr. Switzer:** I think I understand your question a little more. We believe that the passion, the integrity and the true decision-making at the local level, not to mention the skills and the science and the art of reaching listeners at the local level are far more important criteria than the size of the company or the location of the head office.

We have seen many situations east to west, west to east; east in the east and west in the west where there have been not very successful situations where local owners have not done a very good job serving locally. There are great examples where officially distant owners have empowered local managers in a real way with great passion, art, and love to do a great job locally.

The quality, integrity, and artfulness of the service locally is much more important than whether the company is from Regina or Vancouver or Montreal. That will be the determining factor as to whether that station will be successful or not. In an increasingly competitive world, the listeners will actually decide because these days, a licence does not guarantee success.

**Senator Day:** I have just quickly reviewed the material that was appended to your brief — this is the copy of your remarks at the Banff Television Festival in June. I will look at it in more detail.

service au public. Comme nous l'avons mentionné dans notre exposé, certains pourraient dire que les directeurs de MuchMusic ne sont pas les mieux placés pour exploiter une chaîne spécialisée dans les arts. J'aime à penser que nous avons réussi à prouver que ces critiques n'étaient pas fondées, et aussi que dans notre manière d'exploiter nos stations d'émissions-débats et nos lignes ouvertes, nous avons également démontré que nous sommes capables à la fois de refléter les besoins de nos auditoires et d'obtenir de bons résultats financiers.

**Le sénateur Merchant:** La situation de la radiodiffusion est vraiment unique en son genre. Vous parlez de la concurrence. Le CRTC informe les radiodiffuseurs qu'il veut ouvrir une station de musique country et western à Toronto. Quelqu'un de Regina ou de Vancouver présente une demande en vue d'exploiter une station là-bas.

Dans n'importe quel autre secteur, — disons par exemple que Birks, qui occupe une tranche supérieure du marché de la bijouterie, veut venir s'installer à Moose Jaw où il y a une très petite entreprise qui fabrique des bijoux fantaisie. Imaginez qu'il faille obtenir une licence pour fabriquer des bijoux fantaisie, et que Birks décide de se faufiler et, grâce à sa réputation, d'ouvrir un magasin à Moose Jaw. Je ne vois pas comment il pourrait être à l'avantage d'une petite ville de voir un géant venir s'y installer tout simplement parce qu'une licence est nécessaire. Les choses seraient différentes s'il pouvait tout simplement décider d'y ouvrir un magasin et de livrer concurrence sur le marché.

**M. Switzer:** Je pense que je comprends mieux le sens de votre question. Nous pensons que la passion, l'intégrité et la véritable prise de décision à l'échelle locale, sans oublier de mentionner les aptitudes et la science et l'art de rejoindre les auditeurs à cette échelle locale sont des critères beaucoup plus importants que la taille de l'entreprise ou l'endroit où se trouve son siège social.

Nous avons été les témoins de nombreuses situations, que ce soit de l'est vers l'ouest, ou de l'ouest vers l'est; ou encore carrément à l'est et carrément à l'ouest où des exploitants locaux ne faisaient pas un très bon travail dans leur localité. Nous avons d'excellents exemples en revanche où des propriétaires situés officiellement à distance, ont donné à leurs directeurs locaux toute la latitude voulue pour exprimer la passion, l'art, et l'amour nécessaires pour faire un excellent travail dans une localité.

La qualité des services, l'intégrité et l'adresse avec lesquelles ils sont rendus dans la localité importent beaucoup plus que si l'entreprise est de Regina ou de Vancouver ou encore de Montréal. Ce sont les facteurs qui détermineront vraiment le succès de la station. Dans notre monde de plus en plus compétitif, ce sont les auditeurs qui en fin de compte décident, parce que de nos jours, une licence n'est pas automatiquement un gage de réussite.

**Le sénateur Day:** Je viens tout juste de jeter un coup d'oeil au document que vous avez joint à votre mémoire — il s'agit du texte de votre exposé lors du festival de la télévision de Banff qui a eu lieu en juin. Je vais l'examiner de plus près.



However, it seems to be focused on tax incentives and a number of your recommendations, which will take us a little bit of time to focus on, but it was nice you were able to provide that to us.

I would like clarification on one item that flows from a question that was asked by Senator Graham. When you were talking about concentration, you indicated that you had some difficulty getting attention in the print media, but that you could live with that. You indicated that today there are more channels, television, radio than there were 20 years ago. The implication is that the concentration of ownership in one area of the media is not that serious a problem. In fact, the choices are even greater for the public now than they were in the past.

You indicate in your remarks here that we face a far greater challenge with vertically integrated companies that include cable, satellite, and telecommunications undertakings. Would you elaborate a little bit on that and explain why you consider that could be a far greater challenge? Is it a commercial or public policy challenge that you think we should be involved with?

**Mr. Switzer:** I am sure you will understand we will try to choose our words carefully because our business is to a great extent on the television side reliant upon our relationships with the largest distributors in Canada, broadcast distribution undertakings, BDUs, satellite operators and so on. Although we tend to think of our relationship with viewers as direct, actually a very small percentage of tuning comes from over the airwaves. Far in excess of 90 per cent of our tuning — certainly in the larger markets — comes via cable or satellite. Our relationships with these distributors are important and they are very generally very positive.

However, we are aware of their own very evident and visible conflicts and they have generally been careful to respect the conditions of licence and some of the structures that the CRTC has put in place to protect unaffiliated channel producers such as ourselves so we are not disadvantaged. For the most part, it is working and we are pleased.

There is a constant reality that when you have a large company like Shaw, which is perhaps structurally separate from their programming company, Corus, but still has the same common owner, it is frustrating to realize that they will and have — for their own business reasons — favour their own channels more than others in terms of marketing materials and channel placements and the way the customers service reps refer to the channels, channel position and so on.

Il me semble toutefois que vous y parlez beaucoup de mesures fiscales et que vous faites un certain nombre de recommandations, et je pense que ce serait un peu long si nous voulions nous y arrêter, mais c'est bien que vous nous l'ayez remis.

J'aimerais toutefois que vous me donniez des éclaircissements sur un point en particulier qui ressort de la question que vous a posée le sénateur Graham. Lorsque vous avez parlé de la concentration, vous avez mentionné que vous éprouvez certaines difficultés à obtenir l'attention des médias imprimés, mais que c'est une situation avec laquelle vous êtes capable de vivre. Vous avez déclaré ici même aujourd'hui qu'il y a davantage de stations, de télévision et de radio qu'il y a 20 ans. Cela sous-entend que la concentration de la propriété dans un secteur des médias ne constitue pas un problème sérieux. Et de fait, le public a aujourd'hui plus de choix qu'il n'en avait dans le passé.

Vous dites dans vos remarques ici, que les entreprises intégrées verticalement et qui englobent les services de câblodistribution, de transmission par satellite et de télécommunications posent un plus grand problème. Pourriez-vous nous en dire un peu plus et nous expliquer pourquoi vous trouvez qu'elles posent un problème beaucoup plus important? À votre avis, ce problème se pose-t-il sur le plan commercial ou de la politique gouvernementale?

**M. Switzer:** Je suis sûr que vous comprendrez que nous pesons nos mots parce que notre entreprise, dans le secteur de la télévision, est tributaire dans une large mesure de ses relations avec les grands distributeurs au Canada, les entreprises de distribution de radiodiffusion ou les EDR, les services de satellite, et ainsi de suite. Même si nous inclinons à penser que nos relations avec nos téléspectateurs sont directes, en réalité, un très faible pourcentage de l'écoute se fait par l'entremise des ondes hertziennes. Aussi, au-delà de 90 p. 100 de notre auditoire — dans les grands marchés, en tout cas — nous reçoit par le truchement de la câblodistribution ou par satellite. Nos relations avec ces distributeurs sont importantes et elles sont généralement très positives.

Cependant, nous sommes au courant de leurs propres conflits très évidents et très visibles et ils se montrent en général très soucieux du respect des conditions dans lesquelles leur licence leur a été accordée et de certaines structures ayant été mises en place par le CRTC en vue de protéger les producteurs de réseaux non affiliés, comme nous-mêmes, afin que nous ne soyons pas désavantagés. On peut dire que, dans l'ensemble, ces mesures nous donnent satisfaction.

Il ne faut pas perdre de vue cependant qu'une grosse entreprise comme Shaw, malgré son indépendance structurelle par rapport à sa filiale spécialisée dans la production d'émissions, Corus, a néanmoins le même propriétaire, et qu'il peut être frustrant de réaliser qu'elle peut favoriser et qu'elle va le faire d'ailleurs — pour des raisons commerciales — ses propres canaux plutôt que ceux des autres en ce qui concerne les documents de marketing et les placements de publicité sur les canaux ainsi que la manière dont les représentants du service à la clientèle ont accès aux canaux, à la position des canaux, et ainsi de suite.



These are not issues of breaking any conditions that the commission has set but these carefully constructed fences and rules are very important to our system, and we are always cautious and, frankly, vulnerable to those self-interests. We must be vigilant. I think it is not only for our own selfish business reasons but for the strength of the system and diversity of choices and the ability for channels to reach viewers in a way that are not just their own channels.

**Senator Day:** Would the Canadian public, in your view, be better served if there were some public policy decisions and, therefore, some regulations that prevented this vertical type of integration?

Before you answer, I want you to reflect on your next to your last paragraph, your multipoint paragraph as we sometimes call it. You say:

We sincerely hope that concerns over media concentration do not result in public policy interventions that could have negative unintended consequences on other players...

There is a public concern — and we are trying to determine whether it is well founded — as to whether vertical integration or cross-media ownership is a bad thing or a good thing from the point of view of the public's right to have a variety of choices.

**Mr. Switzer:** I have two comments. One has to do with our concern that in the news gathering area, any changes that might be made because of concerns elsewhere in the system with other players might prohibit us from the mechanical side of news gathering — of having some of our stations occasionally work together. As you know, probably more than any other player we have the most decentralized, local separate empowered newsrooms across the country.

We would have concerns if there were large, broad changes in this area that might affect the economics of the news gathering part of it. Certainly, we have no concerns and will always maintain separate editorial and news voices.

**Senator Day:** That is from a policy point of view.

**Mr. Switzer:** That is from a policy point of view, and not knowing what direction this committee and others may go. That would be one concern.

As to vertical integration, our concern is more about American dominance. Should the foreign ownership rules change and if they change — and we are not necessarily in favour of them changing — we would certainly not want to see those rules

Il ne s'agit pas d'infractions aux conditions que le Conseil a fixées, mais ces dispositifs de protection soigneusement mis en place sont très importants pour notre système, et nous sommes toujours très prudents et, franchement, vulnérables en ce qui concerne l'expression de ces intérêts individuels. Nous devons nous montrer vigilants. Je pense que cette vigilance ne se justifie pas seulement par nos propres petits intérêts commerciaux, mais qu'elle vise aussi à préserver la vigueur du système et la diversité de choix ainsi que la capacité des canaux à rejoindre les téléspectateurs, non seulement par le truchement de leurs propres canaux.

**Le sénateur Day:** À votre avis, est-ce que le public canadien serait mieux servi si certaines décisions gouvernementales, et par conséquent, certains règlements, interdisaient ce type d'intégration verticale?

Avant que vous ne répondiez, je voudrais vous rappeler votre avant-dernier paragraphe, votre paragraphe en plusieurs points, comme on les appelle souvent, dans lequel vous dites en substance:

Nous espérons sincèrement que les préoccupations suscitées par la concentration des médias ne déclencheront pas des interventions gouvernementales susceptibles d'avoir des conséquences négatives imprévues sur d'autres acteurs...

Ces préoccupations existent, — et nous tentons de déterminer si elles sont fondées — et nous voulons établir si l'intégration verticale ou la propriété commune de plusieurs médias est une bonne ou une mauvaise chose du point de vue des droits du public à obtenir un éventail varié de possibilités.

**M. Switzer:** J'aimerais faire deux commentaires. Premièrement, en ce qui concerne la collecte de nouvelles, tout changement qui serait imposé à d'autres acteurs en raison de préoccupations à l'égard d'autres secteurs du système pourrait nous empêcher de bénéficier du côté mécanique de la collecte de nouvelles — c'est-à-dire, de nous prévaloir de la prérogative que nous avons de demander à quelques-unes de nos stations de collaborer entre elles. Comme vous le savez, nos salles de nouvelles sont probablement plus décentralisées et indépendantes que celles de toute autre entreprise du pays.

Nous pourrions avoir des inquiétudes si de grands bouleversements survenaient dans ce domaine, des bouleversements qui risqueraient d'avoir une incidence sur les coûts rattachés à la collecte de nouvelles. Mais bien sûr, nous n'avons pas ce genre d'inquiétude, et nous sommes déterminés à maintenir l'indépendance rédactionnelle et à permettre l'expression de voix diverses en matière d'information.

**Le sénateur Day:** C'est un point de vue politique.

**M. Switzer:** C'est effectivement un point de vue politique, et ne sachant pas dans quelle direction ce comité et d'autres instances voudront aller. Cela pourrait devenir un sujet de préoccupation.

Quant à l'intégration verticale, nous nous inquiétons plutôt de la prédominance des Américains. Si les règles liées à la propriété étrangère devaient changer, et si elles changent — et nous ne sommes pas nécessairement en faveur de ce changement — nous

apply to the programming side of the business — that is, the broadcasting side of the business should be treated in a separate and distinct and special way.

While we acknowledge the important of creating larger business units for economic strength, expertise, and critical mass, if a much larger American giant, which might be 10 or 50 times larger were to be able to have interests in or control Canadian broadcast concerns, that would be a serious threat. We think that would not be in the best interests of the Canadian broadcasting system.

We have been able to work and live with and have good relationships with the Bell Globe Media and ExpressVu and the Rogers family and, to some extent, the Shaw family of companies and work within that environment. The checks and balances are working. If a large American giant were allowed to own Corus or its equivalent — I say that metaphorically — the potential and economic power would be crushing to us and to the systems.

**Senator Day:** My final question relates to your statement here that Canadian Television Fund is necessary in order to produce Canadian content and that Canadian content is important. Will there never be a time when the free commercial market will achieve these objectives? We share your objectives that it is important to help Canadians know themselves and to have Canadian content. We recognize that.

In your submission, you have suggested in the short term that it is never going to be a viable, commercial undertaking.

**Mr. Switzer:** Well, we live for that day. We share that desire and that dream. Our thoughts in this area echo some of those expressed by Trina McQueen in her report a few months ago. She said that it has to make better sense. If private broadcasters are able to harness the potential power and improve in this area, we as an industry together with producers have to break down our history of differences and come together to find new ways of making better shows that reach more viewers that are also better business. Therefore, in the long term there can be less reliance on an CTF or its equivalent.

In the short term — five years — it is too important a part of the mix to get us as an industry — the entire Canadian broadcasting industry: producers and private and public sector — stronger with Canadian stories, with our viewers, so that as the choices around the world and the international walls eventually come down, Canadian stories will have a chance. We believe in the next five years, a strong CTF is important to continue to prime the pump and get things going in a better way.

ne voudrions certainement pas que ces règles s'appliquent aux aspects liés à la programmation — c'est-à-dire, que la radiodiffusion devrait être traitée de façon séparée et distincte et qu'elle devrait revêtir un caractère particulier.

Même si nous reconnaissons l'importance qu'il y a de créer de plus grosses entités commerciales afin d'être plus forts sur le plan économique, de l'expertise et de la masse critique, si un géant américain qui serait 10 à 50 fois plus gros que nous devait avoir la possibilité d'acquérir des intérêts dans la radiodiffusion canadienne ou de contrôler ces intérêts, cela représenterait une menace sérieuse. Nous ne pensons pas que cela serait dans l'intérêt du système de radiodiffusion canadien.

Nous avons réussi à travailler et à cohabiter en bons termes avec Bell Globe Media et ExpressVu ainsi qu'avec la famille Rogers et, dans une certaine mesure, avec la famille d'entreprises de Shaw et à bien fonctionner dans ce contexte. Les freins et contrepoids jouent leur rôle. Si un géant américain était autorisé à faire l'acquisition de Corus ou d'une entreprise équivalente — je parle de façon métaphorique — son potentiel et sa puissance économique seraient écrasants pour nous et pour le système.

**Le sénateur Day:** Ma dernière question porte sur votre affirmation comme quoi le Fonds canadien de télévision est nécessaire à la production de contenu canadien, et que le contenu canadien est important. Le moment viendra-t-il un jour où le libre marché permettra d'atteindre ces objectifs? Nous sommes d'accord avec vous qu'il est important d'aider les Canadiens à mieux se connaître et à avoir accès à un contenu canadien. Nous reconnaissons cela.

Dans votre mémoire, vous avez suggéré que cette entreprise ne pourra jamais être rentable sur le plan commercial, à court terme.

**M. Switzer:** Nous espérons voir cela arriver un jour. Nous partageons ce désir et ce rêve. En cela, nous rejoignons les conclusions de Trina McQueen dans le rapport qu'elle a remis, il y a quelques mois. Elle y disait que nous devons nous montrer plus sensés. Si les radiodiffuseurs privés sont capables de mobiliser ce pouvoir potentiel et d'apporter des améliorations dans ce domaine, en tant qu'industrie et en unissant nos forces avec celles des producteurs, nous devrions pouvoir mettre fin à notre passé de différends et chercher ensemble de nouveaux moyens d'améliorer nos émissions et de rejoindre davantage de téléspectateurs qui représentent aussi un meilleur marché. Par conséquent, à long terme il se pourrait que nous soyons moins dépendants du FCT ou de son équivalent.

À court terme — d'ici cinq ans — c'est vraiment un ingrédient essentiel de la réussite que nous arrivions en tant qu'industrie — la totalité de l'industrie canadienne de la radiodiffusion: les producteurs ainsi que le secteur public et le secteur privé — à produire plus d'histoires canadiennes, à améliorer notre présence auprès de nos téléspectateurs à cet égard, afin que lorsque l'éventail des possibilités offertes à l'échelle du monde sera à notre porte, nous ayons une chance de nous démarquer avec nos histoires canadiennes. Nous sommes persuadés qu'au cours des cinq prochaines années, nous avons besoin d'un FCT fort qui continue de stimuler la production et de donner une meilleure tournure aux événements.



**Senator Day:** A strong CTF being a strong Canadian Television Fund which is public money made available to producers to produce Canadian-content programs, is that correct?

**Mr. Switzer:** We are suggesting that we have to fix what goes on behind the scenes in terms of the relationship between broadcasters, producers and the CBC. However, we believe that the CTF will be very important in the next few years.

**Mr. Miller:** As a result of our proximity to the U.S. and the fact that all Canadians believe they have a benign right to view all U.S. programming along with Canadian programming, not to mention the popularity of prime time U.S. dramas and the economics of those dramas and how much money the U.S. market place can put to them, we have a real dilemma in Canada. To compete head-on with the U.S. producers in terms of budgets and types of programming will require phenomenal resources. We believe we have to wage as much as we can in this battle, but it is a battle that is very difficult to win.

This is why players like CHUM can make a difference. Ultimately, if we are going to succeed in getting more Canadian viewers to watch more Canadian drama, we are going to have to do things differently. We are going to have to have dramas that are different and compelling, but it is going to have to be a different model. The nature of the programming and production business is such that there are no guaranteed hits. You have to bring all your creative and financial resources to bear to try and do things differently.

We believe that with some new incentives and collaboration within the system and with sufficient resources, we can start making a difference. That is a goal that we at CHUM are very happy to step up to. We have had historic strong success in feature film. We want to bring that same track record and success to serious drama. We are all in the industry cautiously optimistic.

**Senator Corbin:** I am impressed with your careers and qualifications. What are CHUM shares trading at these days?

**Mr. Switzer:** Senator Corbin, it is not something we actually look at every day, but I understand they are at about \$52 or \$53.

**Senator Corbin:** I have an information sheet here that was provided by research services. Under the heading "television," there is an item that says, "15 digital services not yet launched (ownership detail not yet published)." Could you tell us more about that?

**Mr. Switzer:** Several years ago we, as did many other Canadian broadcasters, applied for many digital channels not knowing which way the landscape would change.

**Le sénateur Day:** Un FCT fort, c'est-à-dire un Fonds canadien de télévision qui contribue des fonds publics aux producteurs afin qu'ils produisent des émissions à contenu canadien, est-ce bien cela?

**M. Switzer:** Nous suggérons qu'il faut améliorer ce qui se passe dans les coulisses et les relations entre radiodiffuseurs, producteurs et la SRC. Cependant, nous pensons que le FCT a un rôle très important à jouer dans les années qui viennent.

**M. Miller:** Étant donné notre proximité avec les États-Unis, et le fait que tous les Canadiens pensent sans vouloir mal faire, qu'ils ont le droit de regarder toutes les émissions américaines au même titre que les émissions canadiennes, et sans mentionner la popularité des séries dramatiques américaines diffusées aux heures de grande écoute et ce qu'il en coûte pour produire ces émissions et les moyens dont dispose le marché américain à cet égard, nous nous trouvons dans un réel dilemme au Canada. Livrer une concurrence directe aux producteurs américains, pour ce qui est des budgets et des types d'émissions exigerait des ressources phénoménales. Nous pensons que nous devons nous investir autant que possible dans cette lutte, mais c'est une lutte qui sera très difficile à remporter.

C'est pourquoi des intervenants comme CHUM peuvent faire toute la différence. En fin de compte, si nous voulons réussir à intéresser davantage de téléspectateurs aux dramatiques canadiennes, nous devons nous démarquer. Nous devons produire des dramatiques qui sont différentes et fascinantes, mais pour cela il faudra choisir un autre modèle. La nature même du secteur de la production et de la diffusion des émissions fait en sorte qu'il n'y a aucune garantie de succès. Il faut réunir toutes les ressources créatives et financières et les exploiter en vue de trouver une autre manière de faire les choses.

Nous pensons qu'avec de nouvelles incitations et grâce à la collaboration à l'intérieur du système et avec suffisamment de ressources, nous pouvons commencer à faire notre marque. À CHUM, c'est un objectif qui nous tient à cœur. Dans le passé, nous avons récolté pas mal de succès avec des longs-métrages. Nous voulons obtenir le même succès et réaliser les mêmes expériences avec des séries dramatiques. Dans l'industrie, nous faisons tous preuve du même optimisme prudent.

**Le sénateur Corbin:** Je suis impressionné par votre parcours et par vos qualifications. Combien valent les actions de CHUM ces jours-ci?

**M. Switzer:** Sénateur Corbin, nous ne vérifions pas cela tous les jours, mais je pense qu'elles se vendent autour de 52 \$ ou 53 \$.

**Le sénateur Corbin:** J'ai ici une fiche d'information qui nous a été fournie par nos chercheurs. Sous la rubrique «télévision», on peut lire: «15 services numériques n'ayant pas encore été lancés (les renseignements sur les titres de propriété n'ont pas encore été publiés).» Pourriez-vous nous en dire plus à ce sujet?

**M. Switzer:** Il y a plusieurs années, à l'instar de nombreux autres radiodiffuseurs canadiens, nous avons présenté des demandes en vue d'obtenir plusieurs chaînes numériques, sans savoir comment allait évoluer la situation.



**Senator Corbin:** You were just positioning yourself?

**Mr. Switzer:** One was an application in an area that was important to us that was a natural extension of businesses we do. For example, in Toronto, we operate a cable news channel called CP 24. That is not a diginet; that is an existing channel today. In the application process for diginets we applied for other local news cable channels in Vancouver, Ottawa and other areas in which we operate so that in the future, should the economics and relationship with the BDU provide an opportunity to launch a local cable news network in one of these regions, we would have the licence to do so. It is the same in the area of music. Obviously, the music genre is very important to us; we operate in English and French, MuchMusic, MuchMoreMusic, MusiMax, MusiquePlus.

We knew we wanted to expand our range in the music area and we applied for many sub-genres in music and we have launched several of them. Of the many channels for which we applied — each of them in areas that were important to us and have natural extension of one of our areas of expertise — we have launched to date eight of our diginets: five from our Toronto facility and three from our Edmonton facility. Another dozen or so have not been launched but we will be happy to provide you with those details.

**Senator Corbin:** I would like to go to Ms. Crawford. I see that in your biographical information, there is a note that you are a board member of the Jesuit Communication Project.

Would you please tell me what that is all about? What are you doing with that gang?

**Ms. Crawford:** I would be delighted to. The Jesuit Communication Project is about to celebrate its 20th year of operation in Canada. It is run by a world-renowned media education scholar, Father John Pungente, who is a Jesuit priest. He was asked by the Vatican years ago to study the media all over the world to find out whether or not the Catholic church needed to be concerned about what was happening in the media; to look at issues of ethics of the media, and to examine how the media is affecting our young people and so on.

Father John made it his business to start a media education resource and scholarly pursuit based in Toronto called the Jesuit Communication Project. It is a non-profit organization with a mission to promote the importance of media education, to get into the field as a teacher and spread the word about how a teacher should be teaching media education and use any means necessary — including the media itself.

**Le sénateur Corbin:** Vous tentiez seulement de vous positionner?

**M. Switzer:** Une de ces demandes visait un secteur qui était important pour nous et qui s'inscrivait dans le prolongement naturel de ce que nous faisons. Par exemple, à Toronto, nous exploitons une chaîne d'information sur le câble appelée CP24. Il ne s'agit pas d'un réseau numérique; c'est tout simplement une chaîne qui existe aujourd'hui. Durant le processus visant à obtenir des licences pour des réseaux numériques, nous avons également présenté des demandes en vue d'obtenir d'autres chaînes d'information locales diffusées par le câble à Vancouver, Ottawa et dans d'autres régions où nous sommes présents. De cette manière, si la situation économique et nos relations avec les EDR nous donnaient l'occasion dans le futur de lancer un réseau d'information locale sur le câble dans l'une de ces régions, nous aurions la licence pour le faire. La situation est la même dans le domaine de la musique. Évidemment, le genre de musique compte beaucoup pour nous; nous exploitons en anglais et en français MuchMusic, MuchMoreMusic, MusiMax, et MusiquePlus.

Nous voulions élargir notre champ d'action dans le domaine musical, aussi nous avons présenté une demande pour de nombreux sous-genres musicaux, et nous en avons lancé plusieurs. Parmi les nombreuses chaînes pour lesquelles nous avons présenté une demande de licence — chacune dans un domaine qui nous tient à coeur et dans le prolongement naturel de l'un de nos secteurs d'expertise — nous avons, jusqu'ici déjà procédé au lancement de huit de nos réseaux numériques: cinq qui diffusent à partir de nos studios de Toronto et trois à partir d'Edmonton. Une autre dizaine environ de ces réseaux n'ont pas encore été lancés, mais nous vous fournirons avec plaisir les renseignements qui vous intéressent à ce sujet.

**Le sénateur Corbin:** J'aimerais passer à Mme Crawford. Je vois dans les notes biographiques vous concernant que vous êtes membre du conseil d'administration du Jesuit Communication Project.

Voulez-vous m'expliquer en quoi consiste ce projet? Que faites-vous avec ce groupe de personnes?

**Mme Crawford:** J'en serais ravie. Le Jesuit Communication Project est sur le point de célébrer son vingtième anniversaire au Canada. Ce projet est dirigé par un universitaire de renommée mondiale en matière d'éducation sur les médias, le père John Pungente, qui est jésuite. Le Vatican lui a demandé, il y a des années de cela, d'étudier les médias dans le monde entier afin de déterminer si l'église catholique devait s'inquiéter de ce qui s'y passait; on lui a demandé aussi d'étudier les questions d'éthique dans les médias et d'évaluer dans quelle mesure les jeunes subissaient l'influence des médias, et ainsi de suite.

Le père John s'est fait un devoir de mettre sur pied le Jesuit Communication Project, à Toronto, un centre de recherche et d'éducation aux médias. Il s'agit d'un organisme sans but lucratif dont la mission est de promouvoir l'importance de l'éducation aux médias, de travailler sur le terrain en tant qu'éducateur et de diffuser de l'information concernant la manière dont un enseignant devrait présenter l'éducation aux médias et se servir des moyens nécessaires — y compris les médias eux-mêmes.

Seven years ago, he approached us with an interesting proposal to partner with a movie company that was also concerned about media education. We did a show that was aired on Bravo!, our national arts channel, that was the first of its kind to take a look at contemporary film and ask kids to think critically and analytically about a film. A film such as like *The Matrix* is launched and he creates a half-hour program, using footage from the company to dig deeper and look through a specific lens. In some episodes it is through the lens of ethics, in some it examines how music can reinforce and tell a story and affect the image that you see on the screen and change a person's understanding of what is being said.

There are teacher lesson plans created by a media education expert who is working at the Toronto School Board. Those are available free of charge to any educator across Canadian who wants to use them. The program airs in two telecasts. One is a commercial telecast on Bravo! that has a commercial break in it in prime time the second Friday of every month. The other telecast, which is well publicized in the educational community, airs in the early morning and is commercial free. This is what we could with all of our media education shows and some of our social issue shows as well on a variety of networks. Teachers are able to tape the show to use it in their classrooms commercial free. Father John does a lot of important work and CHUM is proud to be a sponsor. We give him a grant to continue and further his work and I am proud to sit on his board.

**Senator Corbin:** I congratulate you for your dedication. I now have a tough question. Why are you engaged in SexTV?

**Mr. Switzer:** It is a show we are very proud of, senator. It began as a weekly half-hour magazine show produced by some of the smartest and brightest producers, storytellers and intellectuals in that field. It is a half-hour program that has expanded to an entire channel.

The mission of the show is to explore human nature, relationships, and sexuality in an engaging, thoughtful, intelligent and occasionally provocative way. It is a show produced along the lines of MediaTelevision, which explores, in the same analytical way the word of persuasion and advertising, along the same way we produce a fashion or music program. It has been and is extremely popular; it generates lots of viewer attention. As a channel every night at ten o'clock eastern, that program, along with other world-class magazine documentary programs about human sexuality and relationships from

Il y a sept ans, il nous a abordés pour nous présenter une proposition intéressante nous invitant à collaborer avec une société cinématographique qui s'intéressait elle aussi à l'éducation sur les médias. Nous avons monté une émission qui a été diffusée sur les ondes de Bravo!, notre chaîne nationale sur les arts, et qui était une première du genre en ce qu'elle jetait un regard sur la filmographie contemporaine et demandait aux jeunes de réfléchir et de faire une analyse critique d'un film. On s'y sert d'un film du genre de *La matrice* pour créer une émission d'une demi-heure, et à l'aide de séquences tirées du film, on analyse en profondeur ce qui s'y passe en adoptant un éclairage particulier. Dans certains épisodes, on se penche surtout sur les questions d'éthique, alors que dans d'autres on tente de déterminer comment la musique peut contribuer à raconter une histoire et à la renforcer et aussi influencer l'image que vous voyez à l'écran et modifier la compréhension de ce qui est dit.

Des plans de leçon sont créés par un spécialiste de l'éducation aux médias de la Commission scolaire de Toronto. Ces plans de leçon sont offerts gracieusement à tous les enseignants canadiens qui veulent s'en servir. L'émission est diffusée dans deux contextes différents. La première diffusion est effectuée sur la chaîne Bravo! dans le cadre d'une émission comportant des pauses publicitaires et qui est mise en ondes aux heures de grande écoute, tous les deuxièmes vendredis du mois. L'autre diffusion, qui jouit d'une bonne publicité dans le milieu de l'enseignement, a lieu tôt le matin et elle n'a pas de pauses commerciales. Voilà un exemple de ce que nous avons pu faire avec toutes nos émissions sur l'éducation aux médias et certaines de nos émissions sur les questions sociales, de même que sur divers réseaux. Les enseignants peuvent enregistrer l'émission et l'utiliser en classe sans qu'elle soit entrecoupée par des messages publicitaires. Le père John accomplit un travail important, et CHUM est fière d'être l'un de ses commanditaires. Nous lui fournissons une aide financière afin qu'il puisse continuer son oeuvre et je suis fière de siéger au conseil d'administration de son organisation.

**Le sénateur Corbin:** Je vous félicite pour votre dévouement. Je vais maintenant vous poser une question difficile. Pourquoi vous êtes-vous engagés dans SexTV?

**M. Switzer:** C'est un programme dont nous sommes très fiers, sénateur. Tout a commencé par un magazine hebdomadaire d'une demi-heure produit par quelques-uns de nos plus brillants producteurs, auteurs et intellectuels dans le domaine. C'est donc une émission d'une demi-heure qui a pris de l'expansion au point de devenir une chaîne en entier.

La mission de ce programme est d'explorer la nature humaine, les relations et la sexualité d'une manière séduisante, réfléchie, intelligente et parfois, provocante. Cette émission est produite un peu dans la même veine que MediaTelevision, qui explore, en adoptant la même attitude analytique, le monde de la persuasion et de la publicité, et nous la produisons de la même manière qu'une émission sur la mode ou la musique. Cette émission a été et est toujours extrêmement populaire; elle captive un grand nombre de téléspectateurs. Tous les soirs à 22 heures, heure de l'Est, on présente cette émission, de même que d'autres du type

Australia, England and everywhere else, play on that channel. It is one of our calling cards and a show we are very proud of.

**Senator Corbin:** What safeguards or philosophy have you put in place to prevent that kind of thing of just becoming voyeurism? Could you respond to that?

**Mr. Switzer:** We produce the show in-house. It is a Canadian show with a Canadian perspective that travels the world. I am speaking of the television show, which is the foundation for the channel.

The same protections and checks and balances and systems that are in place for all of our shows apply to that show. There has been no unusual situation. In supervising the show, we demonstrate discipline in demonstrating that this show's content, balance and relevance meets all of the applicable codes — both our internal codes and external codes — that would be applicable to any newscast or any music program we produce.

**Senator Corbin:** I am quoting from a *National Post* article of December 2, 2002 printed in the *Financial Post* news section. Under the by-line of Matthew Fraser, there is reference in there to possibly CHUM being taken over by CanWest Global, Rogers Communication, and Torstar. The last sentence reads, "We will now see whether Jay Switzer, working with the second generation of Waters on this board, will take CHUM in a new direction." The previous sentence reads, "Allan Waters, stubbornly impervious to blandishments, has rebuffed all offers."

**The Chairman:** The suggestion is the Canadian media giants covet CHUM's assets.

**Senator Corbin:** I will re-read that sentence:

It is no secret, meanwhile, that Canadian media giants CanWest Global, Rogers Communications Inc. and Torstar Corp. covet CHUM's assets, but Allan Waters, stubbornly impervious to blandishments, has rebuffed all offers.

This committee is looking after all that media concentration and I would like to elicit some kind of response to your position, please.

**Mr. Switzer:** As humble managers it would not be right for us to speak on behalf of our larger shareholders, the Waters family. Certainly, I can recap what has happened in the position of the company and management. Of course Matthew Fraser is a long-time watcher of the media, speculator of CHUM. He is now running the *National Post* and that is part of the CanWest Empire, so with deference to Mr. Fraser one always has to take everything he says with a little grain of salt.

magazine documentaire de classe mondiale sur la sexualité humaine et les relations; les émissions proviennent d'Australie, d'Angleterre et de partout ailleurs dans le monde. C'est l'une de nos cartes de visite, et un programme dont nous sommes très fiers

**Le sénateur Corbin:** Quelles mesures de protection ou quelle philosophie avez-vous mises en place afin d'empêcher que tout cela ne tourne au voyeurisme? Pouvez-vous répondre à cette question?

**M. Switzer:** Nous produisons cette émission nous-mêmes. C'est une émission canadienne, qui adopte une perspective canadienne, et que nous exportons à travers le monde. Je parle de l'émission de télévision qui est à la base de la chaîne.

Les mêmes mesures de protection et de contrôle et les mêmes systèmes que pour toutes nos autres émissions s'appliquent à cette émission. Il n'y a pas eu de situation inhabituelle. Dans le cadre de la supervision de cette émission, nous faisons preuve de la même discipline que lorsque nous voulons démontrer qu'une émission répond aux codes — tant internes qu'externes — qui s'appliquent en matière de contenu, d'équilibre et de pertinence pour n'importe quel journal télévisé ou n'importe quelle émission musicale que nous produisons.

**Le sénateur Corbin:** Je cite un article paru dans le *National Post* du 2 décembre 2002 qui reprend un extrait de la section des nouvelles du *Financial Post*. Sous la plume de Matthew Fraser, il est question d'une éventuelle prise de contrôle de CHUM par CanWest Global, Rogers Communication, et Torstar. La dernière phrase se lit comme suit: «Il reste à voir si Jay Switzer, qui travaille avec la deuxième génération des Waters sur ce conseil, saura mener CHUM dans une nouvelle direction.» La phrase précédente se termine par: «Allan Waters, imperturbable devant ces offres alléchantes, les a toutes repoussées».

**La présidente:** On suggère que les géants des médias canadiens pourraient convoiter les actifs de CHUM.

**Le sénateur Corbin:** Je vais vous relire la phrase complète:

Ce n'est pas un secret que, durant ce temps, les géants canadiens des médias: CanWest Global, Rogers Communications Inc. et Torstar Corp. convoitent les actifs de CHUM, mais Allan Waters, imperturbable devant ces offres alléchantes, les a toutes repoussées.

Notre comité examine la concentration des médias, aussi nous aimerions connaître votre position à cet égard, s'il vous plaît.

**M. Switzer:** En tant qu'humbles gestionnaires, il ne serait pas de mise que nous parlions au nom de nos plus gros actionnaires, les membres de la famille Waters. Mais je peux vous résumer la situation au nom de l'entreprise et de la haute direction. Bien entendu, Matthew Fraser est un observateur de longue date des médias, et il spéculé sur l'avenir de CHUM. Il dirige aujourd'hui le *National Post*, et on sait que ce journal appartient à l'empire de CanWest, donc en ce qui concerne M. Fraser, il faut toujours prendre ce qu'il dit avec un grain de sel.



We have been broadcasters in Canada for almost 50 years. We have been a publicly traded company since 1967. Approximately one year ago, that same month of December 2002, Allan Waters chose to step down. The family made a conscious and visible decision to hand the reins of running the company effectively from the family to professional managers.

We are here representing management. The family and the board of directors made a long-term commitment to us and for us to build this great company. We have done an awful lot in the first nine months. I can only speculate personally if there was any desire by the family to sell anything, we would have seen that 5 or 10 or 15 years ago. This is a family passionate about broadcasting. There are two sons very involved. Jim Waters, the chair of CHUM Limited and Ron Waters, the vice-chair are both young men who are very active in the business. They care passionately about television and radio and have been very supportive and nearby management as we have in the past year done amazing things.

We have grown in radio and in television. We continue to improve our business. It is the most exciting time this company has seen. I believe that we are now large enough, if I may speak in commercial terms — and this is a personal belief — that we have a critical mass that provides us with a sustainable base to grow further and continue to do the great service we do to our listeners and viewers across Canada.

**Senator Corbin:** Is the mass critical enough to allow you to become predators?

**Mr. Switzer:** We are here to serve our listeners and viewers every day.

**Senator Johnson:** I am thrilled that you are a programmer at heart because it is the stories that make everything last in this industry. I do a small film festival in Gimli, Manitoba so I am always looking for film. I know you have received an award from Women in Film and Television and I congratulate you on that. I know a lot of women in the industry and you are very well regarded.

Can you tell me if you have any plans at this time to expand into the film, other than supporting some of the ones such as *Red Violin* and *Bollywood Hollywood*?

**Mr. Switzer:** Support of Canadian feature film has been a long-standing part, a very important platform of CHUM for perhaps 20 years. Although the films you just mentioned are getting a lot of attention, we have consistently and consciously supported Canadian film in terms of development, financing, pre-licensing, and promotion for more than 20 years. We have

Nous sommes des radiodiffuseurs au Canada depuis près de 50 ans. En 1967, nous sommes devenus une société cotée en bourse. Il y a environ un an, durant le même mois de décembre 2002, Allan Waters a décidé de quitter. La famille a pris la décision consciente et visible de remettre les rênes de l'entreprise à des gestionnaires professionnels.

Nous sommes ici pour représenter la haute direction. La famille et le conseil d'administration ont pris un engagement à long terme à notre égard et aussi en notre nom afin de construire cette entreprise formidable. Nous avons déjà accompli énormément de choses au cours des neuf premiers mois. Pour ma part, je ne peux que spéculer sur la question et vous dire que si la famille avait eu quelque velléité de vendre, elle se serait décidée il y a cinq ans, dix ans ou même quinze ans. Cette famille est passionnée par la radiodiffusion. Deux des fils sont très impliqués. Jim Waters, le président de CHUM Ltd. et Ron Waters, le vice-président, sont deux jeunes hommes très actifs dans le domaine. Ils ont une passion pour la télévision et la radio et ils se sont montrés très compréhensifs. Ils nous ont offert un soutien très rapproché qui nous a permis de réaliser des choses fantastiques au cours de l'année écoulée.

Nous avons fait nos classes dans la radio et la télévision. Nous continuons d'améliorer notre entreprise. Cette société vit les moments les plus excitants de toute son existence. Je pense que nous sommes devenus assez imposants aujourd'hui, si je peux m'exprimer en termes commerciaux — et c'est mon opinion personnelle — et que nous avons atteint une masse critique qui nous offre une base durable pour poursuivre notre croissance et continuer à produire les services de grande qualité que nous présentons à nos auditeurs et téléspectateurs de tout le Canada.

**Le sénateur Corbin:** Est-ce que cette masse critique est assez importante pour vous permettre de devenir vous-mêmes des prédateurs?

**M. Switzer:** Notre rôle est de servir nos auditeurs et nos téléspectateurs, tous les jours.

**Le sénateur Johnson:** Je suis ravie que vous soyez un directeur de programmation dans l'âme, parce que ce sont les histoires qui sont la clé du succès dans cette industrie. J'organise un petit festival du film à Gimli, au Manitoba, aussi je suis toujours à la recherche de films. Je sais que Women in Film and Television vous a décerné un prix et je vous en félicite. Je connais beaucoup de femmes dans ce domaine, et vous y êtes très bien considéré.

Pouvez-vous me dire si vous avez des projets d'expansion dans le domaine du cinéma, à part le soutien de certains longs-métrages comme le *Violon rouge* et *Bollywood Hollywood*?

**M. Switzer:** Depuis peut-être 20 ans, le soutien des longs-métrages canadiens fait partie des rôles de CHUM, et constitue l'une de ses plates-formes très importantes. Même si les films que vous venez de mentionner suscitent beaucoup d'attention, il reste que depuis plus de 20 ans, nous avons constamment et consciemment soutenu les films canadiens sur le

been an important part of the financing of more than a 150 Canadian feature films in the past 10 years and they have literally been from coast to coast.

Other broadcasters for their own reasons have followed the traditional tenets of commercial television that would suggest that the business is built on successful series. We believe our role, as a mid-size player — growing to be a larger player — is to continue to fill the void in Canadian feature film. The CBC does it, a small part, a few others do.

It has been a priority for us and we proudly think of ourselves as market leader in terms of risk taking, development, work with first-time directors, working with particular directors, writers, and producers from various specific communities and from coast to coast it has been a priority for us.

It involves millions of dollars in development — Tens of millions of dollars of pre-licensing, from very small digital hand-held films up to very large feature films. It is the glue that binds many of our television channels and it is certainly not without its risks. As we have been privileged to grow, one of the advantages to both the system and to our viewers is that we have been able to quick start and finance more films into the system.

**Senator Johnson:** You are cutting-edge. You have always been very trendy. MuchMusic is one of my favourite shows. I know about *New Canoe*.

I am curious how is Craig Media affecting your channel in Toronto with their Toronto 1? Has it any effect on CHUM's CityTV? It was a decision that was rather controversial and now I see they are getting together with Torstar, am I right?

**Mr. Switzer:** They apparently have a small marketing and promotional relationship with the *Toronto Star*. We understand it is not more than that. We continue to maintain a very good relationship with the *Toronto Sun*, with Quebecor Sun Media and with the *Toronto Star* — Mr. Pritchard and his gang in the Toronto market.

Drew Craig is a friend of ours. Our relationship, while there have been some battles in the past couple of years has remained friendly and constructive, although at times very competitive. They are very clearly having a difficult time in Toronto. If I were to fully answer your question, I would say they have affected us on the cost side a little bit with the additional choices in the market — not just them but the Rogers Omni people. Prices have gone up a little bit for talent, programs and so on but we expected it and we can live with it.

plan du développement, du financement, de l'obtention des autorisations préalables et de la promotion. Nous avons fourni une partie importante du financement à plus de 150 longs-métrages canadiens au cours des dix dernières années, et ces films provenaient littéralement d'un bout à l'autre du pays.

D'autres radiodiffuseurs, pour des raisons qui leur appartiennent, ont suivi les sentiers traditionnels de la télévision commerciale qui suggèrent que l'entreprise repose sur des séries à succès. Nous pensons quant à nous que notre rôle, en tant qu'acteur de taille intermédiaire — en passe de devenir un plus gros — est de continuer à combler le vide dans le domaine de la production de longs-métrages canadiens. La SRC le fait, dans une faible mesure, mais peu d'autres le font.

Cela est une priorité pour nous, et nous nous considérons avec fierté comme un chef de file dans le marché pour ce qui est de la prise de risques, du développement, de la collaboration avec des réalisateurs qui font leurs premières armes, de la collaboration avec certains réalisateurs, auteurs et producteurs en provenance de diverses collectivités et de toutes les régions du pays.

Mais cette participation repose sur un investissement qui se chiffre en millions de dollars pour le développement — des dizaines de millions de dollars pour l'obtention des autorisations, qu'il s'agisse de petits films réalisés avec une caméra numérique portative ou de très importants longs-métrages. C'est ce qui fait le ciment de nos chaînes de télévision, et ce n'est certainement pas sans risques. Comme nous avons eu le privilège de grandir, l'un des avantages qui résulte à la fois du système et de nos téléspectateurs est que nous avons pu participer au démarrage rapide et au financement d'un plus grand nombre de films dans le système.

**Le sénateur Johnson:** Vous êtes à l'avant-garde. Vous avez toujours été très branchés. MuchMusic est l'une de mes chaînes préférées. Et je connais *New Canoe*.

Je suis curieuse de savoir si Craig Media a des répercussions sur votre station de Toronto avec son Toronto 1? Est-ce que cela a eu un effet quelconque sur la station CityTV de CHUM? Ce fut une décision assez controversée, et maintenant je vois qu'ils ont décidé de s'unir à Torstar, n'est-ce pas?

**M. Switzer:** Il semble qu'ils entretiennent une certaine relation sur le plan du marketing et de la publicité avec le *Toronto Star*. Nous croyons comprendre qu'il n'y a rien d'autre. Nous avons toujours de très bonnes relations avec le *Toronto Sun*, avec Sun Media de Québecor ainsi qu'avec le *Toronto Star* — M. Pritchard et son groupe sur le marché de Toronto.

Drew Craig est un de nos amis. Notre relation, malgré qu'il y ait eu quelques escarmouches ces dernières années, est demeurée amicale et constructive, même s'il est vrai que nous nous retrouvons parfois en compétition serrée. Il est clair que cette entreprise est en sérieuse difficulté à Toronto. Pour répondre complètement à votre question, je dirais qu'ils nous ont affectés un peu sur le plan des coûts en ajoutant de nouveaux acteurs sur le marché — pas seulement eux, mais aussi l'équipe de Rogers Omni. Les prix ont monté un petit peu en ce qui concerne le talent, les programmes et ainsi de suite, mais nous nous y attendions et nous pouvons vivre avec.



On the revenue side, no, they have not made, in their first year, any material impact on us. There are many players in the Toronto market and the Craig's are one of several smaller players in Toronto generating about a one share.

It is an issue and we are watching it very carefully. We know that it will grow in years to come, but they are clearly having a difficult first year. Our Toronto business for our Toronto flagship CityTV is stronger than ever. We are having our best year ever.

**Senator Johnson:** I was curious to know about that. I am from Manitoba. I have known the Craig's for 20-odd years and watched their work and what they have been doing.

Was that any incentive for you to approach the CRTC regarding Edmonton and expanding into the west? Did that have any influence on your decision?

**Mr. Switzer:** No.

**Senator Johnson:** I know you are in the west now.

**Mr. Switzer:** We have been operators of a very innovative family of services out of Edmonton. Over the past 7 years, our team in Edmonton worked to build Access and that led to the national Canadian Learning Channel, which we chose to operate out of our education unit in Edmonton. That, in turn, led to Daniel Richler's Book Television, an extraordinary channel that we chose to base in Edmonton because of the commonality in terms of programming.

We have been operating in Alberta for a long time. I think our work on our Alberta applications began four years ago perhaps — long before we had any wind of Craig's in Ontario. It is clearly a very robust, dynamic, and buoyant market. There are exciting things happening.

Frankly, we do not think local television in Edmonton and Calgary today reflects the diversity that exists in those cities. We think we have something to offer. That analysis and homework began many years ago.

**Senator Johnson:** You can come to Winnipeg. I would love to talk all day, an incredibly interesting field. You have done an amazing job. I think your network has been outstanding in terms of its leadership in so many areas, especially very hip and trendy.

I will just conclude with one question to you. Are you poised to build a fourth national TV network? It has been written that you are and could be in the future.

**Mr. Switzer:** Senator, we are anxious to grow.

Sur le plan des produits d'exploitation, non, ils n'ont eu aucun impact sur nous, durant leur première année d'existence. Il y a de nombreux acteurs sur le marché de Toronto et le groupe de Craig fait partie du menu fretin à Toronto et ne s'accapare qu'environ une part de marché.

Mais c'est un problème, et nous surveillons la situation de près. Nous savons que cette entreprise va prendre de l'expansion avec le temps, mais il reste que leur première année est difficile, de toute évidence. Sur le marché de Toronto, notre station porte-étendard, CityTV, est plus forte que jamais. Elle enregistre sa meilleure année depuis ses débuts.

**Le sénateur Johnson:** J'étais curieuse de savoir ce qu'il en était. Je suis originaire du Manitoba. Je connais Craig depuis près de 20 ans, et je surveille sa progression.

Est-ce que cette situation vous a incités à approcher le CRTC concernant Edmonton et à envisager une expansion dans l'Ouest? Est-ce que cela a eu une certaine influence sur votre décision?

**M. Switzer:** Non.

**Le sénateur Johnson:** Je sais que vous avez une présence dans l'Ouest, maintenant.

**M. Switzer:** Nous exploitons une famille très innovatrice de services à partir d'Edmonton. Depuis les sept dernières années, notre équipe d'Edmonton a travaillé à la mise sur pied d'Access, et ces efforts ont conduit à l'avènement du Canadian Learning Channel sur une base nationale, que nous avons choisi d'exploiter à partir de notre section éducative, à Edmonton. Et ce projet a à son tour donné naissance à Daniel Richler's Book Television, une chaîne extraordinaire que nous avons décidé de diffuser à partir d'Edmonton en raison des similitudes en termes de programmation.

Nous sommes présents en Alberta depuis longtemps. Je pense que nos initiatives concernant les applications en Alberta ont commencé il y a quatre ans je crois — longtemps avant que nous ayons vent de la présence de Craig en Ontario. Nous évoluons au sein d'un marché très robuste, dynamique et porteur. Il s'y passe toujours quelque chose d'intéressant.

Franchement, nous ne pensons pas que la télévision locale, à Edmonton et Calgary aujourd'hui reflète la diversité qui existe dans ces villes. Aussi, nous pensons avoir quelque chose à offrir. Il y a déjà longtemps que nous avons amorcé cette réflexion et cette analyse.

**Le sénateur Johnson:** Vous êtes les bienvenus à Winnipeg. J'aimerais bien discuter avec vous toute la journée, c'est un domaine absolument fascinant. Vous avez fait de l'excellent travail. Je pense que votre réseau a accompli des merveilles en montrant la voie dans tellement de domaines, et surtout il est tellement toujours à l'avant-garde.

Je vais conclure en vous posant une dernière question. Êtes-vous prêts à bâtir un quatrième réseau national de télévision? J'ai lu que vous étiez prêts et que vous pourriez le devenir.

**M. Switzer:** Sénateur, nous sommes impatients de nous développer.



**Senator Johnson:** Maybe you are already. I am talking about the major three are, Rogers, Torstar and CanWest. Where do you see yourself in the future in terms of this league?

**Mr. Switzer:** We operate in three areas, and our competitive group and our peers in radio are different than they are in speciality and different than they are in conventional television. In conventional television, we are often compared as a mid-size or small player with regional, intensely local television stations to the much larger CanWest and CTV who are operating national services.

We believe that there is a void, a challenge, and a growing shortage of service at the local level in many markets in Canada. For their own business reasons, CanWest and CTV, and CBC have had to pull out of local service across the country. We see that as a creative and programming opportunity as well as a business opportunity. We would like to be able to create and build and launch more local stations that would have some connection but clearly be intensely local.

**Senator Johnson:** That is where there is a need. Thank you for your answers.

**The Chairman:** As a former journalist, I was very interested by your stress on providing local news and information. All politics is local; all news is local in a sense. One combines that of course with your extraordinary expertise in youth markets.

I wonder if you could provide for us some indication of the amount of air time you devote to news — both in radio and in TV. You received a Gemini for MuchMusic's the election coverage. That must have been one of the sweetest moments of your lives but it is not what one thinks of as the prime mission of MuchMusic.

Could you give us some indication where news comes in terms of air time and all that?

**Mr. Switzer:** I will be as specific as I can. Clearly on radio, it is different with the stations that are music based versus the stations that are talk based. In Ottawa, for example, CFRA would be very heavy on news; effectively it is talk all the time. Our BOB music station here would have very little news. That kind of parallel would cover across the country.

In television, we operate in both conventional and in speciality. The forte, the mandate, the strength — the very heart and soul — the engine of every local station is its news operation. Primarily we are there to serve local viewers with local stories first. If they want to see international stories and national stories, they have

**Le sénateur Johnson:** Peut-être que vous êtes déjà en train de le faire. J'aimerais parler des trois grands qui sont: Rogers, Torstar et CanWest. Où vous situez-vous dans le futur par rapport aux autres membres de ce groupe?

**M. Switzer:** Nous sommes présents dans trois secteurs, et nos concurrents et nos alliés dans le domaine de la radio sont différents de ceux du domaine de la télévision spécialisée, et différents aussi de ceux du domaine de la télévision classique. On nous compare souvent à un acteur de taille moyenne ou à un petit artisan doté de stations de télévision régionales, axées intensément sur l'actualité locale par rapport à des acteurs beaucoup plus imposants comme CanWest et CTV qui exploitent des services d'envergure nationale.

Nous croyons qu'il y a un vide à combler, un défi à relever et une pénurie croissante de services à l'échelle locale dans bien des marchés au Canada. Pour des raisons qui leur appartiennent, CanWest et CTV, ainsi que Radio-Canada ont dû se retirer du service local, d'un bout à l'autre du pays. Nous considérons qu'il y a là une opportunité de faire preuve de créativité et de présenter des émissions, ainsi qu'une occasion d'affaires. Nous aimerions être capables de bâtir et de lancer davantage de stations locales qui auraient certains liens entre elles, mais qui seraient intensément axées sur leur milieu.

**Le sénateur Johnson:** C'est là que se sont les besoins. Merci de vos réponses.

**La présidente:** En tant qu'ancienne journaliste, je me suis beaucoup intéressée à votre insistance à fournir des nouvelles et des informations locales. Toute la politique se déroule à l'échelle locale; et dans un certain sens, toutes les nouvelles sont locales. Et bien entendu, cette approche est indissociable de votre expertise extraordinaire sur les marchés qui visent les jeunes.

Je me demande si vous pourriez nous donner des indications concernant le temps d'antenne que vous consacrez aux nouvelles — à la fois à la radio et à la télé. Vous avez reçu un prix Gémeaux pour la couverture des élections qu'avait réalisée MuchMusic. J'imagine que vous avez dû savourer ce moment avec délectation, mais on ne s'attend pas vraiment à ce que cela soit la mission principale de MuchMusic.

Pourriez-vous nous situer en ce qui a trait à la place qu'occupent les nouvelles en temps d'antenne et ainsi de suite?

**M. Switzer:** Je vais essayer d'être aussi précis que possible. Naturellement, à la radio, la situation est différente dans les stations qui se spécialisent dans la diffusion de musique et dans celles qui diffusent des émissions-débats. À Ottawa, par exemple, CFRA diffuse énormément de nouvelles; effectivement, c'est une radio qui se caractérise par la causerie. En revanche, notre station de musique BOB diffuse très peu d'informations. Ce genre de parallèle se reproduit d'un bout à l'autre du pays.

À la télévision, nous exploitons des stations classiques et des services spécialisés. Le point fort, la mission, la force — le cœur et l'âme — et le moteur de chaque station locale est le service des nouvelles. Notre principale raison d'être dans ces milieux est d'offrir aux téléspectateurs de la région des actualités régionales,

lots of other choices. That does not mean we would not cover it, but generally as a matter of policy put local stories first and then national stories and then international stories.

We have what we consider flagship newscasts in almost every market we serve seven days a week, early in the evening, late in the evening. In most markets, there is also a noon newscast and in most markets, there is also a strong local morning show that is generally built off of very strong news. That can amount to 15 to 20 hours of news in medium-size markets; it could be 25 hours or more, in larger markets as little as 10 or 12 hours in smaller markets.

In our world of speciality television, we only have one local news channel which is clearly 100 per cent news. That is our local cable news channel in Southern Ontario. That does not mean we are not paying attention to the information needs of viewers with our speciality channels but that may differ. We have an arts news program on Bravo! We have a science fiction news program on our space channel and in MuchMusic, we provide news. Each of these programs is appropriate to the needs of those particular viewers and each in the context that best services it.

We do not have a national news director; we do not have a national information policy. Every single news department, news director, news producer is serving their own viewers or listeners in whatever is appropriate to that genre and that channel.

**The Chairman:** Could you please send us some program grids? Would you also let us know how many journalists you have and where they are located?

**Mr. Switzer:** We would be happy to provide that information. It is clearly in the many hundreds and we will give you what detail we can.

**The Chairman:** That would be terrific. We are the ones who have to cope with the avalanche of information but it is always better to have too much than too little.

In respect of the young, clearly there cannot be many people in the country thinking about and working with young people more than you would in this field. How does your fabulous dedication to local news affect the youth market? Do young people pay

d'abord et avant tout. S'ils veulent voir des actualités internationales et nationales, ils ont amplement d'autres possibilités. Cela ne signifie pas pour autant que nous n'allons pas en parler, mais en règle générale, notre politique consiste à présenter d'abord les actualités régionales, et ensuite les nouvelles nationales et internationales.

Nous considérons que nous sommes la tête de pont des journaux télévisés dans pratiquement tous les marchés que nous desservons, sept jours par semaine, en début et en fin de soirée. Dans la plupart des marchés, nous présentons un journal télévisé à l'heure du midi et le matin aussi, dans la plupart des marchés, nous diffusons une émission qui se caractérise par des bulletins de nouvelles très chaudes. Cela peut représenter de 15 à 20 heures de nouvelles dans les marchés de taille moyenne; et ce chiffre pourrait atteindre 25 heures ou davantage dans les plus grands marchés ou descendre à aussi peu que 10 à 12 heures, dans les petits marchés.

Dans notre monde de la télévision spécialisée, nous n'avons qu'une seule chaîne d'information locale qui diffuse des nouvelles 100 pour 100 du temps d'antenne. C'est notre chaîne d'information locale sur le câble dans le sud de l'Ontario. Ce qui ne signifie pas que nous ne prêtons aucun intérêt aux besoins de nos téléspectateurs en matière d'information sur nos chaînes spécialisées, mais cet intérêt peut prendre diverses formes. Nous diffusons sur Bravo! une émission consacrée aux nouvelles du monde artistique. Nous diffusons des nouvelles axées sur la science fiction sur notre chaîne Space, et MuchMusic diffuse des bulletins de nouvelles. Chacun de ces programmes est adapté aux besoins d'un auditoire particulier et présenté dans le contexte qui lui convient le mieux.

Nous n'avons pas de directeur des services d'information à l'échelle nationale; nous n'avons pas non plus de politique d'information nationale. Chaque service des informations, chaque directeur du service des informations et chaque producteur des informations se met au service de ses propres auditeurs ou téléspectateurs en lui présentant des informations qu'il juge les plus appropriées en termes de genre et de chaîne spécialisée.

**La présidente:** Pourriez-vous nous transmettre quelques grilles horaires de vos émissions? Pourriez-vous aussi nous dire combien de journalistes sont à votre emploi et où ils travaillent?

**M. Switzer:** Nous nous ferons un plaisir de vous fournir cette information. Naturellement, il y en a des centaines, et nous essaierons de vous donner autant de précisions que possible.

**La présidente:** Ce serait formidable. Nous devons ensuite nous débrouiller avec toute cette masse d'information, mais c'est toujours mieux d'en avoir trop que pas assez.

Pour ce qui est des jeunes, il est clair qu'il n'y a pas beaucoup d'autres personnes dans ce pays qui pensent autant en fonction des jeunes et qui travaillent autant avec les jeunes que vous le faites dans votre domaine. Comment votre engagement

attention to that local news or is it your older viewers and listeners who tune in for the news? How does it work?

I really liked your line about high school student 20 years from now getting a Canadian view of the world. From where you sit how is it working and what is going to happen?

**Mr. Switzer:** I am speaking now of conventional television, which is perhaps a framework with which we can begin. Generally in every market we operate, we tend to serve and build a special relationship with the younger viewers. Now, this is a question of degree because news viewers are generally much older than the average — well, whatever index you use to work towards.

**The Chairman:** Usually not 15.

**Mr. Switzer:** No. We are always trying to balance having a broad enough audience base to have a meaningful connection. Our conventional television stations are not niche broadcasters; we still have an obligation and a desire to serve a broad base. In many markets, those viewers have other choices. Therefore, we are not trying to emulate what a traditional CTV or CBC newscast is. It is probably older than many people think.

If 15 to 25-year-olds are watching news on television, they are mostly watching us. However, unfortunately not enough of them are watching news on television. We want to be their station of choice and clearly, we are winning with 25 to 35-year-olds.

I must add for us, it is not just a demographic breakdown. We have talked a lot today about demographics. We tend to plan our newscasts and run our businesses framing our success and failure around psycho-graphic breakdowns. We must deal with demographics to defend our business with advertisers. That is the metric that they use. Whether you are 65 or 16, if you live your life like a 30-year-old, that is the viewer that we are trying to get and we have great success with that.

I could give you a few examples. I think in Toronto our average or median news viewer is 7 years younger than that of CanWest and 12 years younger than that of CBC. I do not remember the exact number but the last study or reference I looked at was perhaps two years ago. However, it is still older than you might think.

extraordinaire à l'égard de l'information locale influence-t-il le marché des jeunes? Est-ce que les jeunes écoutent les informations locales ou est-ce que ce sont plutôt les auditeurs et les téléspectateurs plus âgés qui s'y intéressent? Quel est votre auditoire pour les informations?

J'ai beaucoup aimé ce que vous avez dit au sujet de la vision du monde qu'aura un étudiant du secondaire dans 20 ans. De votre point de vue, comment est-ce que tout cela se présente et que va-t-il se passer?

**M. Switzer:** Je vais d'abord vous parler de la télévision classique, car c'est un cadre à partir duquel on peut commencer. En règle générale, dans tous les marchés où nous sommes présents, nous avons tendance à nous tourner vers les jeunes téléspectateurs et à bâtir une relation particulière avec eux. Mais, c'est une question de degré, parce que ceux qui regardent les informations sont plus âgés que la moyenne — quel que soit l'indice avec lequel on veut travailler.

**La présidente:** Habituellement, ce ne sont pas ceux âgés de 15 ans.

**M. Switzer:** Non. Nous essayons toujours de trouver un équilibre entre le fait de disposer d'un auditoire suffisamment large pour pouvoir établir un rapport significatif. Nos stations de télévision classiques ne sont pas des radiodiffuseurs ayant un marché spécialisé; en ce qui les concerne, nous avons toujours l'obligation et le désir de servir une vaste base de téléspectateurs. Dans bien des marchés, ces téléspectateurs ont d'autres choix. Par conséquent, nous n'essayons pas de copier les journaux télévisés de radiodiffuseurs classiques comme CTV ou Radio-Canada. Leur auditoire est probablement plus âgé que l'on pense.

Si un public âgé de 15 à 25 ans regarde les informations à la télévision, il y a fort à parier qu'il regarde nos émissions. Toutefois, malheureusement, il n'y en a pas assez qui regardent les informations à la télévision. Nous voulons devenir leur station de prédilection, et il est évident que nous sommes en train de gagner la partie avec le groupe âgé de 25 à 35 ans.

Permettez-moi d'ajouter qu'en ce qui nous concerne, il ne s'agit pas seulement d'une catégorie démographique. Nous avons beaucoup parlé aujourd'hui des données démographiques. Nous avons tendance à préparer nos journaux télévisés et à diriger nos entreprises en basant notre réussite et nos échecs sur des profils psychographiques. Nous devons tenir compte des données démographiques dans nos négociations avec les annonceurs. Ce sont les données qu'ils utilisent. Que vous ayez 65 ans ou 16 ans, si vous vivez comme si vous en aviez 30, c'est ce qui compte, et c'est le téléspectateur que nous ciblons et nous nous tirons très bien d'affaire en adoptant cette approche.

Je pourrais vous donner quelques exemples. Je pense qu'à Toronto, notre téléspectateur qui regarde les informations a, en moyenne, 7 ans de moins que celui de CanWest et 12 ans de moins que celui de CBC/ Radio-Canada. Je ne me souviens pas du chiffre exact, mais la dernière étude que j'ai consultée ou la dernière référence que j'ai lue date de deux ans environs. Toutefois, c'est encore plus vieux que vous auriez pensé.



There is a propensity and desire to keep it younger and be their connection of choice. However, but we are not talking about teenagers here in terms of most of our viewers.

**The Chairman:** You are talking proportionately more 22 year olds than some other people in various media have been able to attract.

What works? How do you get younger audiences to pay attention to news?

**Mr. Switzer:** There are a hundred things. I would argue that it has to do with the integrity of your relationship with them. Today's young viewer is extremely sophisticated. They have a nose that can smell any kind of artificiality a hundred metres away. Your relationship with them has to be basically in their own language, with respect to them, produced by young people for young people in a way that has honesty and connection and is not designed or shaped by outside advisers and consultants.

If our model of television — which is more democratic, storefront, accessible, interactive, community-based, and reflective of the diversity of those communities — is doing its job right, it will connect with viewers and mostly the viewers that feel disenfranchised are those younger viewers who, for whatever reason, are not satisfied by the traditional network choice. They self-select into our environment. If we are doing a true reflection of that community, we will reach them. If we try to over research, over produce it, make it artificial, or try to guess what they want to hear, that is not with a way to legitimately reach younger viewers.

By following those rules of practice in terms of our integrity and connection with viewers in an honest way, the mirror that we put up to the community in Victoria is working in the same way that the mirror that we put up to the community in Ottawa is working.

**The Chairman:** As the viewers age, do they then tend to consume more news and information? Alternatively, do you have to get them at 20 or not get them at all, do they just tune out of the news world?

**Mr. Switzer:** I do not have the precise answer to that. In general, they tend to watch more. They do watch more as their life changes. I am not suggesting causality. I am implying correlation. It could be perhaps of marriage, children and jobs and different lifestyle, they tend to watch more news and listen to more radio.

Nous avons une propension et un désir de viser un auditoire plus jeune et de demeurer son premier choix. Toutefois, nous ne voulons pas dire que la plupart de nos téléspectateurs sont des adolescents.

**La présidente:** Vous attirez, en proportion, davantage de téléspectateurs âgés autour de 22 ans que certains autres médias sont capables de le faire.

Qu'est-ce qui les attire? Comment réussissez-vous à captiver l'intérêt des jeunes auditoires et à les intéresser aux informations?

**M. Switzer:** Il y a des centaines de choses. Je dirais que cela a à voir avec l'intégrité de la relation que nous entretenons avec eux. De nos jours, les jeunes téléspectateurs sont très perspicaces. Ils ont du flair et ils détectent le bluff à cent mètres. La relation que l'on entretient avec eux repose essentiellement sur l'utilisation du même langage, sur le respect qu'on leur porte, et les émissions que nous présentons sont produites par des jeunes pour des jeunes et elles sont empreintes d'honnêteté et du désir d'établir un lien avec eux, elles n'ont pas été conçues ou façonnées par des conseillers ou des consultants de l'extérieur.

Si notre modèle de télévision — c'est-à-dire, une télévision plus démocratique, accessible, interactive, axée sur la collectivité, qui s'affiche en vitrine et reflète la diversité des collectivités où elle évolue — donc, si notre télévision fait bien son travail, elle établira un lien avec les téléspectateurs et, plus particulièrement avec les téléspectateurs qui sont les plus désenchantés, c'est-à-dire les jeunes qui, pour diverses raisons, sont insatisfaits de ce que leur offre les réseaux traditionnels. Ils se reconnaissent dans notre environnement. Si nous leur offrons une image qui reflète vraiment leur groupe, nous réussirons à les atteindre. Si nous perdons notre temps à faire de vaines recherches trop fouillées, si nous en faisons trop sur le plan de la production et que nous obtenons un produit artificiel ou encore si nous essayons tout simplement de deviner ce qui les allume, ce n'est pas ainsi que nous réussirons honnêtement à toucher le public des jeunes téléspectateurs.

En adhérant à ces règles de pratique qui consistent à miser sur l'intégrité et la création d'un lien avec les téléspectateurs de façon honnête, nous sommes arrivés à leur donner une télévision à leur image à Victoria, et en suivant la même recette, nous leur projetons une image à laquelle ils s'identifient à Ottawa.

**La présidente:** Avec l'âge, est-ce que les téléspectateurs ont tendance à consommer davantage d'informations et de nouvelles? Et dans ce cas, devez-vous les attirer lorsqu'ils ont 20 ans ou alors pas du tout, est-ce qu'ils se tournent tout simplement vers le monde des nouvelles?

**M. Switzer:** Je ne peux malheureusement pas vous répondre avec précision. En règle générale, ils ont tendance à regarder davantage d'émissions d'information. Ils en regardent de plus en plus, au fur et à mesure que leur vie change. Je ne suggère pas qu'ils s'agit d'un rapport de cause à effet. Je pense plutôt qu'il y a une corrélation. Peut-être que cette situation s'explique par le mariage, les enfants, le travail et un style de vie différent, toujours est-il qu'ils regardent davantage les nouvelles et qu'ils écoutent plus souvent la radio.

There is a similar challenge in radio with young listeners today — it is not with just CHUM, it is an industry-wide problem. We are convinced their usage will rise and that is a good thing as they get into their older-younger years. It is a case of building a relationship that is built on respect and innovation and excellence and never abusing it. We can never sell out or take advantage of that relationship. If we stick to this, they will stay through with us for many decades.

Yes, perhaps when they want a little more Celine Dion and a little less ACDC, they will move from MuchMusic to MuchMoreMusic. We hope to provide channels that they will watch all their lives.

**Ms. Crawford:** The issue is one of relevancy. It is interesting to ponder how we can keep youth engaged in news but the big issue for all broadcasters is really how to keep youth engaged at all. It comes down to relevancy.

A quick anecdote about the MuchMusic Gemini; we did not win it because our election coverage competed successfully on the level of the people that we beat out — the CTVs and CBCs. That is why at first glance it seemed absurd.

We won it because our approach was specifically relevant to youth and nobody else was doing it. We did not try to have the most professional journalists in the field. We did not try to cover the topics in the way other networks did or compete head-to-head. We took a completely different approach and tried to engage younger viewers by covering only issues that they cared about in a style that would engage them with music that would also engage them. It was the way we did it that speaks to your question I think.

**Senator Graham:** Do you have any problem with the CBC being publicly funded or having a publicly funded broadcaster in the country?

**Mr. Switzer:** No. We are big supporters and big believers of a strong, vibrant CBC. We think it is important they find their path to a more relevant, meaningful relationship with Canadians.

In the commercial world, we are challenged by competing against them occasionally with public monies, particularly in the area of feature films but we will get through that. That is a smaller issue.

Le même problème se pose aujourd'hui dans le domaine de la radio avec les jeunes auditeurs — ce problème ne touche pas seulement CHUM, il vise toute l'industrie. Nous sommes convaincus que les cotes d'écoute vont augmenter, et c'est une bonne chose que leurs goûts changent en vieillissant. Il s'agit finalement de bâtir une relation qui repose sur le respect et l'innovation et l'excellence et de ne jamais en abuser. Nous ne pouvons pas nous permettre de marchander cette relation ou d'essayer d'en tirer des profits. Si nous nous en tenons à ce principe, nous allons pouvoir les garder durant des décennies.

Oui, le jour où ils voudront écouter un peu plus de Céline Dion et un peu moins de ACDC, ils pourront passer de MuchMusic à MuchMoreMusic. Nous espérons être en mesure de leur offrir des chaînes qu'ils pourront regarder toute leur vie durant.

**Mme Crawford:** Tout tourne autour de la pertinence. Il est intéressant de réfléchir aux moyens de maintenir l'intérêt des jeunes à l'égard des nouvelles, mais la vraie question pour les radiodiffuseurs c'est véritablement de trouver le moyen de conserver leur intérêt point final. Nous finissons toujours par en arriver là, c'est une question de pertinence.

Je vais vous raconter une petite anecdote au sujet du prix Gémeaux remporté par MuchMusic; nous ne l'avons pas gagné parce que notre couverture des élections était supérieure à celle offerte sur le même plan par ceux que nous avons battus — les gens de CTV et de Radio-Canada. C'est pourquoi à première vue, ce prix semble absurde.

Non, nous l'avons gagné parce que notre approche était tout à fait pertinente pour les jeunes et que personne d'autre ne s'était donné la peine de s'en occuper. Nous n'avons pas essayé d'engager les journalistes les plus professionnels dans ce domaine. Nous n'avons pas essayé de traiter les sujets de la même manière que les autres réseaux le faisaient ou de les concurrencer directement. Au contraire, nous avons adopté une approche entièrement différente. Nous avons essayé de captiver les jeunes téléspectateurs en traitant seulement des questions qui les touchaient et en adoptant un style auquel ils pouvaient s'identifier et en faisant tourner de la musique qui les rejoignait aussi. Pour répondre à votre question, je pense que tout est dans la manière dont nous nous y sommes pris.

**Le sénateur Graham:** Est-ce que vous avez quelque chose contre le fait que Radio-Canada reçoive des fonds publics ou contre l'idée qu'il existe un radiodiffuseur public au pays?

**M. Switzer:** Non. Au contraire, nous sommes très favorables à l'existence d'une Société Radio-Canada vigoureuse et dynamique. Nous pensons qu'il est important que ce radiodiffuseur réussisse à trouver le moyen d'établir une relation plus pertinente et plus significative avec les Canadiens.

Dans le monde commercial, il nous arrive d'entrer en concurrence avec ce radiodiffuseur pour obtenir des fonds publics, plus particulièrement en ce qui concerne les longs-métrages, mais nous réussirons à passer au travers. C'est un problème de peu d'importance.



**Senator Graham:** How is your comparatively new venture into the team sports — the all-sports radio. How is that going?

**Mr. Switzer:** We have today three team sport stations.

**Senator Graham:** Here? In Toronto?

**Mr. Switzer:** They are in Ottawa, Montreal and Vancouver. We have learned that really successful sports radio works best when done locally, passionately reflecting the desires of local listeners. We consider all three stations quite successful and we are no longer doing anything on a national basis.

**Senator Graham:** My last questions deals with the CRTC and the Competition Bureau. The CRTC denied approval of an attempt to purchase some French radio stations in Quebec. They expressed concerns about concentration and cross-media ownership. Some have suggested that is really a turf war between the CRTC and the Competition Bureau with respect to which entity should have jurisdiction over mergers and acquisitions in broadcasting.

Do you have any views of that, or do you feel either the CRTC or the Competition Bureau should have sole jurisdiction?

**Mr. Switzer:** I am sure that Mr. Miller will have much more carefully chosen words, but as a manager operating, trying to do service to viewers and listeners, it is certainly frustrating trying to meet the qualifications and needs of two occasionally competing regulators. It is not necessarily efficient or constructive to the process.

Yes, there is a huge level of frustration. It has not affected us yet to date. It may in the future. As a manager, I know there are larger Canadian issues here.

**Mr. Miller:** From an industry perspective, certainly we would prefer having only one body. That would be the CRTC. That being said, we understand and respect there are public policy reasons why it may make sense to have two institutions. I would note that, given her history with and knowledge of the CRTC, the recent appointment of Sheridan Scott to the Competition Bureau will probably ensure that relationship becomes a little less conflicted than it has in the last four years.

**Senator Graham:** You see this as a positive step?

**Mr. Miller:** Yes.

**Le sénateur Graham:** Comment se porte votre entreprise relativement jeune dans le domaine des sports d'équipe — les stations de radio diffusant uniquement des émissions sportives. Comment vont les choses?

**M. Switzer:** Nous avons aujourd'hui trois stations diffusant des émissions sur les sports d'équipe.

**Le sénateur Graham:** Ici? À Toronto?

**M. Switzer:** Ces stations sont à Ottawa, à Montréal et à Vancouver. Nous avons compris que pour avoir réellement du succès, les stations de radio diffusant uniquement du sport sont à leur meilleur lorsqu'elles diffusent leurs émissions dans la localité même où se déroulent les activités sportives, et qu'elles reflètent passionnément les désirs des auditeurs locaux. Nous trouvons que nos trois stations se débrouillent très bien, et nous n'avons aucune intention d'adopter cette formule à l'échelle nationale.

**Le sénateur Graham:** Ma dernière question porte sur le CRTC et sur le Bureau de la concurrence. Le CRTC a rejeté une demande d'acquisition de stations de radio francophones au Québec. Il a fait valoir des craintes suscitées par la concentration et la propriété croisée des médias. Certains estiment qu'il s'agit d'une bataille de territoire entre le CRTC et le Bureau de la concurrence au sujet de la question de savoir lequel de ces deux organismes devrait avoir droit de regard sur les fusions et les acquisitions dans le domaine de la radiodiffusion.

Avez-vous quelque chose à dire à ce sujet, ou encore croyez-vous que le CRTC ou le Bureau de la concurrence devrait avoir compétence exclusive?

**M. Switzer:** Je suis sûr que M. Miller vous répondra de façon beaucoup plus diplomatique que moi, mais en tant que directeur des opérations ayant la responsabilité d'offrir un service à des auditeurs et à des téléspectateurs, il est vrai qu'il est décevant d'avoir à répondre aux exigences et aux qualifications de deux organismes de réglementation qui sont parfois en conflit. Ce n'est pas toujours très efficace ni constructif pour le processus.

Vous avez raison, cela crée énormément de frustration. Nous n'avons pas encore souffert de cette situation. Mais, ce pourrait bien être le cas dans le futur. En tant que directeur, je sais qu'il y a des enjeux beaucoup plus importants pour les Canadiens dans cette histoire.

**M. Miller:** Du point de vue de l'industrie, c'est sûr que nous préférierions avoir affaire à seulement un organisme. Ce devrait être le CRTC. Ceci dit, nous comprenons et nous respectons les raisons pour lesquelles le gouvernement a créé deux institutions. Je tiens à souligner qu'étant donné ses antécédents et la connaissance qu'elle a acquise du CRTC, la récente nomination de Sheridan Scott au Bureau de la concurrence devrait sans doute améliorer sensiblement les relations par rapport à ce qui s'est passé depuis quatre ans.

**Le sénateur Graham:** Donc, vous voyez cette nomination d'un oeil favorable?

**M. Miller:** Oui.



**Senator Day:** In respect of your operations on the Internet, are you there because you need to be there, or because you do not know where it is going, or are you there because this is a good business venture for you?

**Mr. Switzer:** We have been there since the very beginning. We were the first Canadian broadcaster to reach viewers that way dating back to November of 1994. We are one of the few broadcasters to have had a profitable Internet division, consistently for the last five years. I think it has to do with the way we treat it.

We are in the entertainment, information and storytelling business. We try not to be prejudiced against how our viewers connect with us. Some may connect with us watching a linear story of Fashion Television over the airwaves; some may watch via twisted copper on a phone system somewhere; some may watch on a DVD; some may watch a non-linear version of that Fashion Television story with producer's notes on their computer screen very far away.

If we are interested in telling those Canadian stories and connecting with Canadians, we want to reach them in every way possible. We have treated our storytelling in that way and not treated the Internet as simply some kind promotional thing to support some other medium that is more important. I think that has been some of our success.

**Senator Day:** Are you moving toward a subscription base on the Internet or still look for advertising revenue through banners?

**Mr. Switzer:** In Canada, our Internet business has been advertising supported and it has been quite successful because we are producing so much Canadian content. Frankly, there is a shortage of really strong content in movies and music and fashion and so on around the world, so we are building a business that is syndicating that content to other digital gatekeepers who are looking for content. That is a small but growing part of our business.

On the linear storytelling side, we are participating in transactional revenue on a pay-per-view or video-on-demand basis. If you return from a holiday and you have missed your favourite episode of Fashion Television and you were a Roger's digital client in Toronto, you could purchase that program for 99 cents or \$1.99 and watch it on demand at your convenience.

**Le sénateur Day:** En ce qui concerne votre présence sur Internet, est-ce qu'elle s'explique par le fait que vous devez y être, ou parce que vous ne savez pas très bien où tout cela va vous mener ou bien est-ce parce que c'est une bonne décision d'affaires pour vous?

**M. Switzer:** Nous sommes présents sur le Web depuis les tout débuts. Nous avons été le tout premier radiodiffuseur canadien à rejoindre ses téléspectateurs de cette manière dès novembre 1994. Nous sommes l'un des rares radiodiffuseurs à avoir une division Internet rentable, et ce depuis cinq ans. Je pense que notre succès s'explique par la manière dont nous faisons les choses.

Notre rôle est d'offrir du divertissement, de l'information et de raconter des histoires. Nous essayons de ne pas entretenir de préjugés sur la manière dont nos téléspectateurs entrent en contact avec nous. Certains le font pendant qu'ils regardent le compte-rendu linéaire d'une émission sur la chaîne Fashion Television sur les ondes hertziennes; d'autres peuvent regarder ce qui se passe au moyen des fils de cuivre torsadés d'un système téléphonique quelconque; d'autres peuvent se servir d'un lecteur DVD; d'autres encore peuvent suivre une version non linéaire de la même émission diffusée sur la chaîne Fashion Television accompagnée des notes du producteur sur l'écran de leur ordinateur, à l'autre bout du monde.

Si nous sommes intéressés à raconter ces histoires canadiennes et à établir un contact avec des Canadiens, nous devons essayer de le faire par tous les moyens possibles. Nous avons utilisé notre intérêt pour raconter des histoires de cette manière, et nous n'avons pas traité Internet simplement comme un autre moyen de faire de la publicité en faveur d'un autre média que nous trouvons plus important. Je pense que cela explique en partie notre succès.

**Le sénateur Day:** Envisagez-vous la possibilité de demander des droits d'abonnement pour donner accès à vos sites sur Internet, ou pensez-vous continuer à vous financer à partir des revenus des bannières publicitaires?

**M. Switzer:** Au Canada, nos activités sur Internet sont financées par la publicité, et ce mode de financement a donné de bons résultats si on en juge par la quantité du contenu canadien que nous produisons. Franchement, on assiste à une pénurie en ce qui concerne le contenu vraiment sérieux en matière de cinéma, de musique, de mode et ainsi de suite dans le monde entier, aussi nous sommes en train de monter une entreprise qui se chargera de la souscription du contenu auprès d'autres contrôleurs d'accès qui sont à la recherche de contenu. C'est une petite portion de nos activités, mais elle prend de plus en plus d'importance.

En ce qui concerne l'aspect lié au récit linéaire, nous participons à des initiatives de paiement à la séance empruntant au modèle de la télévision payante ou de la vidéo sur demande. Si vous rentrez de voyage et que vous avez manqué un épisode de votre émission favorite sur Fashion Television et si vous êtes un client de la télévision numérique de Roger's à Toronto, vous

That is a very small part of our business today but we think going to be a growing part of our business in the future.

**Senator Day:** Is your policy on editorial independence of the various entities across the country the result of a policy decision you have made that is important from the point of view of the public? Is this the result of your decision to emphasize local broadcasting it would not be natural to have a cross-Canada policy?

**Mr. Switzer:** There has been no change. This is a natural reflection of the way we have practiced our broadcasting in radio and TV for the past 40 years. Anything else would be unnatural.

**Senator Day:** You do know there are some companies that own several entities in the media where they have gone to a national editorial policy and that is, we are told, for efficiency reasons.

**Mr. Switzer:** It is perhaps not appropriate for me to speak to what they are doing. We are certainly interested in the mechanics of the back office and saving a little bit of money where we can. However, from an editorial policy point of view, we are as likely to take opposing stands on an issue in Victoria, London, Ottawa, and Toronto as we are — and I will find out about it after the fact.

**Senator Day:** This is a self-imposed policy as opposed to regulated policy.

**Mr. Switzer:** Correct. It has been consistent and unchanged for our entire company's life.

**The Chairman:** We talked earlier about ownership of the company and about the fact that some shares are publicly traded but basically it is a closely held company under family control. What difference does that make? I am not asking if it is a good thing or a bad thing. I am trying to understand the nature of how things work.

What difference does it make when a company like yours is closely held? What are the advantages, disadvantages, benefits or whatever?

**Mr. Switzer:** Our larger shareholder does control a considerable amount of shares but in terms of our total equity that number would be in the mid-30 per cent range. Yes, they have, as with many broadcasting companies, control of many of the voting shares. However, in terms of total equity, approximately two-thirds of the equity of our company is widely held by other private Canadians and institutions.

pourriez acheter la diffusion de cette émission pour 99 cents ou pour 1,99 \$ et la regarder au moment qui vous convient. Ce type de transaction représente une très petite part de nos activités commerciales aujourd'hui, mais nous pensons que ce marché pourrait bien devenir plus important dans le futur.

**Le sénateur Day:** Est-ce que votre politique en matière d'indépendance rédactionnelle pour les diverses entités que vous possédez au pays est le résultat d'une décision politique que vous avez prise et qui est importante du point de vue du public? Est-ce le résultat de votre décision de mettre l'accent sur la radiodiffusion locale parce qu'il ne serait pas naturel d'adopter une politique à l'échelle du Canada?

**M. Switzer:** Il n'y a eu aucun changement. Cette décision est le reflet naturel de notre approche en matière de radiodiffusion, que ce soit à la radio ou à la télé, depuis 40 ans. Toute autre façon de faire ne serait pas naturelle.

**Le sénateur Day:** Vous devez être au courant que certaines entreprises qui possèdent plusieurs entités dans les médias ont néanmoins adopté une ligne éditoriale nationale et, d'après ce que l'on nous a dit, pour des raisons d'efficacité.

**M. Switzer:** Je suis peut-être mal placé pour discuter de ce qu'ils font. C'est bien certain que nous nous intéressons à tout ce qui se passe en arrière-plan et que nous sommes toujours à l'affût de moyens susceptibles de nous faire économiser de l'argent. Mais, du point de vue de la ligne éditoriale nationale, il se pourrait très bien que l'on adopte des positions diamétralement opposées à Victoria, à London, à Ottawa, et à Toronto, dans l'état actuel des choses — et je ne m'en apercevrai qu'après coup.

**Le sénateur Day:** Il s'agit d'une politique que vous avez librement adoptée plutôt que d'une politique imposée par la réglementation.

**M. Switzer:** Exact. Cette politique est toujours la même et nous n'y avons jamais dérogé depuis que cette entreprise existe.

**La présidente:** Nous avons parlé un peu plus tôt de la propriété de l'entreprise et du fait qu'un certain nombre d'actions sont cotées en bourse, mais essentiellement, il s'agit d'une entreprise ayant peu d'actionnaires et sous le contrôle d'une famille. Quelle différence cela fait-il? Je ne vous demande pas si c'est une bonne ou une mauvaise chose. J'essaie seulement de comprendre la nature de votre mode de fonctionnement.

Quelle différence cela fait-il lorsqu'une entreprise comme la vôtre appartient à un très petit nombre d'actionnaires? Quels sont les avantages, les désavantages, les bénéfices à en tirer ou que sais-je encore?

**M. Switzer:** Notre plus gros actionnaire contrôle un nombre considérable d'actions, mais par rapport à la totalité des avoirs, ces actions correspondent environ à 35 p. 100. Il est vrai qu'il possède, comme dans de nombreuses entreprises de radiodiffusion, le contrôle d'un grand nombre d'actions avec droit de vote. Toutefois, en regard de l'avoir total, les deux tiers des capitaux de notre entreprise appartiennent à d'autres institutions et intérêts privés canadiens.

In July of this year, we raised some money and issued more shares to expand the shareholder base and raised approximately \$100 million. It was very successful. We are a publicly traded company. That gives us great privileges but we also have great obligations. I would certainly say our shares are not very liquid compared to the liquidity of some of our competitors. There are hundred, thousands of shareholders of CHUM across the country. As I say, the largest shareholder owns in the mid-30s. I do not think that adds or takes away from what we do.

I think the quality of that shareholder, the involvement of that shareholder, the history and experience of the Waters family I am speaking of and their ability to as chair and vice-chair and with Allan nearby, support management, this is not a company that has been created, or flipped or bought or sold. These are people who care deeply about broadcasting in Canada and have a very long commitment.

For that reason I think it is more about the quality, integrity and history of who that that 30-odd per cent shareholder is.

**The Chairman:** That would give you a sort of stability.

**Mr. Switzer:** When we are dealing with other stakeholders it is not as though we are a big nameless company or held by institutions or banks or new players, or people who have bought or sold or in or out. They have been owners and broadcasters in Canada for more than 40 years.

**The Chairman:** Does it affect the cost of raising capital for you?

**Mr. Switzer:** Frankly it does. Our cost of capital is probably slightly higher than if we had no controlling or large shareholder, but I think that small price is worth it. There is a cost to the business. Our shares trade at a slight discount because there is a large family involvement. Our cost of capital is a little bit higher but certainly not causing any difficulty on the company.

**Senator Merchant:** We talk about all the choices that the listener or viewer has these days. I think the most difficult challenge in meeting the needs of the public is that other than people who live in the three largest cities in Canada, people are not really connected to the programming. They constantly tell us that they do not feel a connection, that the broadcasters are not serving the needs of the viewer or listener.

En juillet de cette année, nous avons décidé de réunir des fonds et avons émis un plus grand nombre d'actions sur le marché afin d'accroître le nombre d'actionnaires, ce qui nous a permis d'amasser environ 100 millions \$. Cette situation nous procure de grands privilèges, mais elle entraîne aussi de grandes obligations. Je peux affirmer que nos actions ne sont pas aussi liquides que celles de certains de nos concurrents. Il y a des centaines, des milliers d'actionnaires de CHUM dans ce pays. Comme je le disais, le plus gros actionnaire possède autour de 35 p. 100 des actions. Je ne pense pas que cela change quoi que ce soit à notre façon de faire les choses.

Je pense que la qualité de cet actionnaire, l'engagement de cet actionnaire, l'histoire et l'expérience acquise par la famille Waters, et je veux parler de leur capacité aussi en tant que président et vice-président et aussi de la proximité de Allan, qui offre son soutien à la direction, viennent du fait que ce n'est pas une entreprise qui a été créée hier matin sur un coup de tête, ou qui est le résultat de multiples transactions de vente ou d'acquisition. Les propriétaires de cette entreprise sont des gens qui sont profondément concernés par la radiodiffusion au Canada et dont l'engagement a de très longues racines.

C'est pour cette raison que je pense que ce qui importe vraiment chez cet actionnaire, c'est la qualité, l'intégrité et le travail accompli, plutôt que le fait qu'il détienne autour de 35 p. 100 des actions.

**La présidente:** C'est en quelque sorte un gage de stabilité.

**M. Switzer:** Lors de nos négociations avec les autres intervenants du milieu, les choses ne se passent pas comme si nous étions une autre de ces énormes entreprises impersonnelles ou détenues par des institutions ou des banques ou de nouveaux acteurs, ou encore des gens qui achètent et revendent. Cette famille est propriétaire d'un organe de radiodiffusion depuis plus de 40 ans au Canada.

**La présidente:** Est-ce que cela a une incidence sur le coût du capital?

**M. Switzer:** En toute sincérité, oui en effet. Il est probable que le coût du capital est sensiblement plus élevé pour nous que si nous n'avions pas un très gros actionnaire ou un actionnaire qui exerce un contrôle sur les actions. Mais je pense que ce n'est pas trop cher payer. Après tout, il y a un prix à payer pour toutes choses. Nos actions s'échangent à un prix légèrement inférieur parce que la famille joue un rôle considérable dans l'entreprise. Le coût du capital que nous devons déboursier est un peu plus élevé, mais cela ne pose aucun problème à l'entreprise.

**Le sénateur Merchant:** Nous avons parlé de l'éventail de choix qui s'offrent aux auditeurs et aux téléspectateurs de nos jours. Je pense que le plus grand défi à relever en ce qui concerne les besoins du public tient au fait qu'en dehors des habitants des trois plus grandes villes du pays, la population ne se sent pas vraiment concernée par la programmation. Les gens ne cessent de nous répéter qu'ils ne s'identifient pas à ce qu'ils voient, que les radiodiffuseurs ne répondent pas à leurs besoins en tant qu'auditeurs et téléspectateurs.



You said earlier that that people have choices in radio and that you are a successful radio operator because the listening audience tunes in to your stations. In a small market like Regina or Saskatoon, the CRTC will now allow people to own up to four radio stations and manage additional stations.

From the point of view of the person in Regina let us say, do you feel that this is a good direction for CRTC to have gone and, if so, why? How does that serve us better?

**Mr. Switzer:** I will do my best to be respectful to the commission and answer your question.

These are challenging times for many small market radio stations. I am sure I do not have to tell you that I do not know what the exact number is, perhaps two-thirds or three-quarters of all AM stations in Canada are losing money.

We understand the policy changes the commission made in the last few years. We salute them for that. There were tradeoffs and balances in return for the privilege of owning more stations and enjoying the economic advantages had by saving technology costs. In many stations, the difference between the extra staff of five or ten people was the difference between losing or making money.

In return for that, broadcasters are obliged to provide more Canadian content. Canadian content obligations on radio went up. There were risks associated with that trade-off. It has been extremely positive for the industry. Margins that were unacceptable are getting better. Stations that were losing money are now at least breaking even. A good number of AM stations risked going dark — in fact, in the Prairies, one or two stations have gone dark. Yes, there were many FM stations in medium-sized markets that are very profitable, however, it is not a good time for many small market radio operators, particularly in AM.

I am perhaps guessing here but the commission, in their change of radio policy in the past few years, rebalanced the need for economic savings through larger operations and save technology costs against contributions in the culture area. Although clearly controversial at the time, it has been a resounding success.

**Senator Merchant:** Every corporation has its own philosophy. Therefore, when one entity operates all the radio stations and manages some of the others, I am wondering how that is good for business.

**Mr. Switzer:** We do not operate radio in Saskatchewan. Maybe I will speak to the issue of diversity of formats and choices. Taken to the extreme, let us say that there are four separate operators in an area and operating similar stations. Each of them would chase the same demographic. They would have the same format and

Vous avez dit tout à l'heure que ces gens avaient le choix, que vous avez du succès en tant qu'exploitant de radio parce que les auditeurs syntonisent vos stations. Dans un petit marché comme Regina ou Saskatoon, le CRTC autorisera quiconque à posséder jusqu'à quatre stations de radio et à assurer l'administration d'un certain nombre d'autres stations.

Du point de vue d'un habitant de Regina, disons, avez-vous l'impression que le CRTC s'est engagé dans la bonne direction, et si oui, pourquoi? En quoi cette décision nous est-elle plus profitable?

**M. Switzer:** Je vais faire mon possible pour me montrer respectueux à l'égard du Conseil et répondre à votre question.

Les temps sont difficiles pour bon nombre de stations de radio évoluant dans de petits marchés. Inutile de vous dire que j'ignore le nombre exact, mais quelque chose comme les deux tiers ou les trois quarts de toutes les stations de radio AM au Canada sont déficitaires.

Nous comprenons les changements de politique qu'a adoptés le Conseil ces dernières années. Nous l'en félicitons. Il y a eu des compromis à faire en retour du privilège de posséder plus de stations et de bénéficier des avantages financiers résultant des économies en coûts liés à la technologie. Dans bien des stations, la différence rattachée à l'emploi de cinq ou dix personnes additionnelles correspondait à la différence entre perdre de l'argent ou en gagner.

En retour, les radiodiffuseurs sont obligés de fournir plus de contenu canadien. Les obligations liées au contenu canadien à la radio ont monté en flèche. Il y avait des risques rattachés à ce compromis. Mais, cette décision s'est révélée extrêmement bénéfique pour l'industrie. Les marges bénéficiaires qui étaient inacceptables s'améliorent. Des stations qui perdaient de l'argent atteignent aujourd'hui le seuil de rentabilité. Bon nombre de stations AM risquaient de cesser leurs émissions — et en fait, dans les Prairies, une ou deux ont cessé leurs activités. Oui, de nombreuses stations FM dans les marchés de taille moyenne sont très rentables, cependant, les temps sont durs pour de nombreux exploitants de radio dans les petits marchés, surtout ceux qui exploitent des stations AM.

Je peux me tromper, mais il me semble que le Conseil, en modifiant sa politique concernant la radio ces dernières années, a rétabli la nécessité de faire des économies sur le plan financier en favorisant l'émergence de plus grosses entreprises et d'épargner en frais de technologie au profit de contributions dans le secteur culturel. Même si cette position a suscité la controverse dans le passé, elle s'est révélée un succès retentissant.

**Le sénateur Merchant:** Toute société a sa propre philosophie. Par conséquent, lorsqu'une entité exploite toutes les stations de radio et en gère quelques autres, je me demande dans quelle mesure c'est bon pour ce secteur.

**M. Switzer:** Nous n'exploitons pas de station de radio en Saskatchewan. Je devrais peut-être vous parler de la question de la diversité des formats d'émissions et des choix qui sont offerts. Poussons les choses à l'extrême, et disons que quatre exploitants différents évoluent dans une même région et qu'ils exploitent des

music and compete head-to-head because they want the most profitable demographic. However, if all these stations were owned by one entity, arguably the consumer would have more choice because the stations would not be competing with one another. There would be, for example, a rock choice, a country choice, a talk choice and an oldies choice. However, if left to four separate owners, they would all head to the middle.

I am not suggesting that is the only or most important reason but I think clearly there is more diversity of formats and musical choices now that there are fewer owners. Obviously, the point is to provide better service and more service. The challenge is to figure out a way past the very tough economic situation that exists in small markets.

**The Chairman:** Thank you all very much. It has been a most interesting session.

The committee adjourned

stations semblables. Chacun d'eux viserait la même tranche de population. Ils adopteraient les mêmes formats musicaux et seraient en concurrence directe parce qu'ils voudraient s'accaparer l'auditoire le plus profitable. Toutefois, si toutes ces stations appartenaient à la même entité, on peut dire que le consommateur aurait davantage de choix parce que les stations ne seraient pas en concurrence les unes avec les autres. Il y aurait, par exemple, une station diffusant de la musique rock, une autre de la musique country, une station d'émissions-débats et une autre qui diffuserait des vieux succès. Toutefois, si on laissait les quatre propriétaires se répartir le marché, ils se jetteraient tous les quatre sur le même public-cible.

Je ne voudrais pas vous laisser croire que c'est la seule raison ou la raison la plus importante, mais je pense qu'il est clair qu'il y a une plus grande diversité de formats d'émissions et de choix musicaux maintenant qu'il y a un moins grand nombre de propriétaires. De toute évidence, l'objectif est d'offrir un meilleur service et plus de service. Le défi consiste à trouver le moyen de le faire en dépit de la très difficile situation économique que vivent les petits marchés.

**La présidente:** Merci beaucoup à chacun d'entre vous. Ce fut une réunion des plus intéressantes.

La séance est levée.

---







*If undelivered, return COVER ONLY to:*  
Communication Canada – Publishing  
Ottawa, Ontario K1A 0S9

*En cas de non-livraison,*  
*retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:*  
Communication Canada – Édition  
Ottawa (Ontario) K1A 0S9

#### WITNESSES

**Tuesday, November 4, 2003**

*From Corus Entertainment Inc.:*

Mr. John M. Cassaday, President and Chief Executive Officer;  
Mr. Paul Robertson, President, Corus Television and Nelvana;  
Mr. John P. Hayes, President, Corus Radio;  
Ms. Kathleen McNair, Vice-President, Corporate and Regulatory  
Affairs, General Counsel.

**Thursday, November 6, 2003**

*From CHUM Ltd.:*

Mr. Jay Switzer, President and Chief Executive Officer;  
Ms. Sarah Crawford, Vice-President, Public Affairs;  
Mr. Peter Miller, Vice-President, Planning and Regulatory Affairs.

#### TÉMOINS

**Le mardi 4 novembre 2003**

*De Corus Entertainment Inc.:*

M. John M. Cassaday, président et chef de la direction;  
M. Paul Robertson, président, Corus Television and Nelvana;  
M. John P. Hayes, président, Corus Radio;  
Mme Kathleen McNair, vice-présidente, Affaires commerciales et  
réglementation, avocate générale.

**Le jeudi 6 novembre 2003**

*De CHUM Ltd.:*

M. Jay Switzer, président et chef de la direction;  
Mme Sarah Crawford, vice-présidente, Affaires publiques;  
M. Peter Miller, vice-président, Planification et réglementation.





Second Session  
Thirty-seventh Parliament, 2002-03

SENATE OF CANADA

---

*Standing Senate Committee on*

# Transport and Communications

*Chair:*  
The Honourable JOAN FRASER

---

INDEX

OF PROCEEDINGS

*(Issues Nos. 1 to 17 inclusive)*

Deuxième session de la  
trente-septième législature, 2002-2003

SÉNAT DU CANADA

---

*Comité sénatorial permanent des*

# Transports et des communications

*Présidente*  
L'honorable JOAN FRASER

---

INDEX

DES DÉLIBÉRATIONS

*(Fascicules n<sup>os</sup> 1 à 17 inclusivement)*



Prepared by

Jean-Paul Lorrain

Information and Documentation Branch,

**LIBRARY OF PARLIAMENT**

Compilé par

Jean-Paul Lorrain

Direction de l'information et de la documentation,

**BIBLIOTHÈQUE DU PARLEMENT**



## SENATE OF CANADA

Standing Senate Committee  
Transport and communications  
2nd Session, 37th Parliament, 2002-03

### INDEX

(Issues 1-17 inclusive)

Numbers in bold refer to the issue number.

**R:** Issue number followed by "**R**" refers to the report contained within that issue.

### COMMITTEE

#### Transport and Communications, Standing Senate Committee

Budget 2002-03, **6**:15-6  
Budget 2003-04, **6**:16-24  
Motions and agreements  
Acting Chairman, **16**:4,28  
Bill S-8, **1**:7-8,47-8; **2**:7; **5**:4,16,19-21  
Draft budget 2002-03, **6**:4,15-6  
Draft budget 2003-04, **4**:5; **6**:4-5,8-10,14,19-21  
Draft budget, intercity busing industry 2002-03, **2**:4,16  
Draft budget, legislative work 2002-03, **2**:4,15-6  
Draft report on the Canadian intercity busing industry, **2**:7  
Organization meeting, **1**:4-6,10-5  
Orders of reference  
Bill S-8, **1**:3  
Canadian media industries, Current state of, **6**:3  
Issues facing intercity busing industry, **2**:3  
Question of privilege and point of order  
Documents in one language, Senator LaPierre, **2**:7,41  
Reports to Senate  
Bill S-8, without amendment, with observations, **6**:6  
Budget 2002-03, **2**:9-11,14; **6**:7  
Expenses of the Committee, 1st Session, 37th Parliament, **1**:9  
*Intercity Bus Service in Canada*, **3**:3

### SENATORS

#### Adams, Hon. Willie

Bill S-8, **1**:48  
Canadian media industries, **7**:31,42-3; **13**:44  
Draft budget, legislative work 2002-03, **2**:16  
Intercity busing industry, examination **2**:35

#### Atkins, Hon. Norman K.

Canadian media industries, **7**:39-41,65-6

#### Banks, Hon. Tommy

Bill S-8, **5**:15-7,19  
Canadian media industries, **9**:14-7,29-30

#### Biron, Hon. Michel

Bill S-8, **2**:52-3

#### Callbeck, Hon. Catherine S.

Bill S-8, **1**:25,34-5,45,48-9; **4**:7-8,18-9; **5**:8-11,16,19  
Intercity busing industry, examination **2**:27-30  
Organization meeting, **1**:11-2

#### Carney, Hon. Pat

Canadian media industries, **10**:40-2,52-3; **12**:12-3,26-7,36-7,50,55-8,  
**62**; **17**:13-6,24,30-4,38,40-1

## SÉNAT DU CANADA

Transports et communications,  
Comité sénatorial permanent  
2<sup>e</sup> session, 37<sup>e</sup> législature, 2002-2003

### INDEX

(Fascicules 1-17 inclusivement)

Les numéros en caractères gras indiquent les fascicules.

**R:** Le numéro du fascicule suivi d'un "**R**" réfère au rapport contenu dans ce fascicule.

### COMITÉ

#### Transports et communications, Comité sénatorial permanent

Budget 2002-03, **6**:15-6  
Budget 2003-04, **6**:16-24  
Motions et conventions  
Budget proposé, études législatives 2002-2003, **2**:4,15-6  
Ébauche de budget 2002-2003, **6**:4,15-6  
Ébauche de budget 2003-2004, **4**:5; **6**:4-5,11-4,19-21  
Ébauche de budget, transport interurbain par autocar 2002-2003, **2**:4,  
**16**  
Président, élection, **1**:4  
Président suppléant, **16**:4,28  
Projet de loi S-8, étude article par article, **1**:7-8,47-8; **2**:7; **5**:4,16,  
**19**-21  
Projet de rapport sur l'industrie canadienne du transport interurbain  
par autocar, **2**:7  
Réunion d'organisation, **1**:4-6,10-5  
Vice-président, élection, **1**:4  
Ordres de renvoi  
Enjeux touchant l'industrie du transport urbain par autocar, **2**:3  
Industries de médias canadiennes, état actuel des, **6**:3  
Projet de loi S-8, **1**:3  
Question de privilège et appel au Règlement  
Documents dans une seule langue, sénateur LaPierre, **2**:7,41  
Rapports au Sénat  
Budget 2002-2003, **2**:9,12-4; **6**:7  
Dépenses du Comité, 1<sup>re</sup> session, 37<sup>e</sup> législature, **1**:9  
Projet de loi S-8, sans amendement, avec observations, **6**:6  
*Transport (Le) par autocar au Canada*, **3**:3

### SÉNATEURS

#### Adams, honorable Willie

Budget proposé, études législatives 2002-2003, **2**:16  
Industrie du transport interurbain par autocar, étude, **2**:35  
Industries de médias canadiennes, **7**:31,42-3; **13**:44  
Projet de loi S-8, **1**:48

#### Atkins, honorable Norman K.

Industries de médias canadiennes, **7**:39-41,65-6

#### Banks, honorable Tommy

Industries de médias canadiennes, **9**:14-7,29-30  
Projet de loi S-8, **5**:15-7,19

#### Biron, honorable Michel

Projet de loi S-8, **2**:52-3

#### Callbeck, honorable Catherine S.

Industrie du transport interurbain par autocar, étude, **2**:27-30  
Projet de loi S-8, **1**:25,34-5,45,48-9; **4**:7-8,18-9; **5**:8-11,16,19  
Réunion d'organisation, **1**:11-2

#### Carney, honorable Pat

Industries de médias canadiennes, **10**:40-2,52-3; **12**:12-3,26-7,36-7,50,  
**55**-8,62; **17**:13-6,24,30-4,38,40-1

**Chaput, Hon. Maria**

Bill S-8, 5:17,19

**Christensen, Hon. Ione**

Bill S-8, 5:17,19

**Comeau, Hon. Gérald J.**

Canadian media industries, 13:41-3

**Corbin, Hon. Eymard G., Acting Chairman of the Committee (Issue 16)**

Acting Chairman, 16:4,28

Canadian media industries, 7:16-7; 9:37-9; 10:45-6,57; 12:18-20,25, 50,65-6,73-4,80; 13:12-5,21-3,34-7,55-8; 14:10-2,19-20,29,42-6,53; 15:16-8,26-7,48-50,58,71,75-6; 16:15-7,22,28-9,33,38,43-5,52; 17:25-8,61-5

**Day, Hon. Joseph A.**

Bill S-8, 1:32-4,39-40,43-4,46,48; 4:9-12,17-20; 5:18,20

Budget 2002-03, 6:15-6

Budget 2003-04, 6:16-7,19,22-4

Canadian media industries, 7:16,18,37-8,54-5; 8:12-3,26,32,44-5; 9:40-1,46; 10:69-71,88,90; 11:45-6,48; 13:38-41,53-5,59; 14:46-9; 15:56,67,70-1; 16:35-6,40-2,50-2; 17:57-61,74-5

**Eyton, Hon. John Trevor**

Bill S-8, 1:49-51; 4:27,33-5; 5:17,19

Canadian media industries, 7:52-4,57,68-9; 9:19-22,30-2; 11:14,24,31, 44-5; 15:50-2,77-9

Intercity busing industry, examination 2:25-7

**Forrestall, Hon. J. Michael**

Budget 2002-03, 6:16

Budget 2003-04, 6:18-20

Canadian media industries, 14:8,19-20,23,25; 15:65-6

**Fraser, Hon. Joan, Chairman of the Committee**

Bill S-8, 1:15-6,23,26-7,35-6,39-49; 2:36-7,46,53,56,58-9; 4:6,12-4,16, 19-21,24,28,33,38-9; 5:5-8,11-7,19-21

Budget 2002-03, 6:15-6

Budget 2003-04, 6:16-24

Canadian media industries, 7:5-7,11,18-9,27,32,43,51,56-8,70-1; 8:5, 14,17,20-1,26-7,31-3,37-8,41,45-6,51,56; 9:5,12,17,19,23-4,28-9, 33-5,39-40,42-3,46-7; 10:6,12,17-23,27,30-4,39-41,47-9,54-7,61-3, 68,74-5,78,83-4,87-8,90-1; 11:5,11,15,19,26,28-9,32-5,40,48-50; 12:5,11-2,21-5,27-8,33,35,37-8,40-1,4,50,54-5,58-9,62-8,74-5,78, 80-3; 13:5,11,14,17-9,23-9,32,37,44-9,52-3,58-9; 14:5,9,12-5,20, 23-4,26-30,36,41-4,52,55; 15:5,10,12-3,18,20,23,26-7,29-31,43, 54-5,57-8,65,68,70,72,74,79-81; 16:5,10-2,21-7; 17:5,22,29-30, 38-41,64,68-71,75-6,78

Draft budget, legislative work 2002-03, 2:4,15-6; 4:38

Future business, 2:16-7

Intercity busing industry, examination 2:17,23,36

Legislative budget, 2:15-6

Organization meeting, 1:10-5

**Graham, Hon. B. Alasdair**

Acting Chairman, 16:4,28

Budget 2002-03, 6:16,

Budget 2003-2004, 6:18-9,21-3

Canadian media industries, 8:18-21,28-9; 10:13-4,21-2,27-8,31-2,37-9, 54-6,58,67-9,73,84-5,91; 11:11-3,19,29; 12:15-7,22,24,38,50,53-5, 64,66-7,74-8,83; 13:9-11,19-21,23-4,32-3,59; 14:8,10,15-8,23-4, 36-40,43,47,54; 15:10-1,18,27-8,37-9; 16:9-10,21,33-5,45-6; 17:21-4,36,40,49-50,52-3,72-3

Intercity busing industry, examination 2:23-4,27

**Gustafson, Hon. Leonard J., Deputy Chairman of the Committee**

Bill S-8, 1:23-5,42,45,48; 2:41-2; 4:32,38-9

Budget 2003-04, 6:20

Canadian media industries, 8:40-1,45,50-2; 11:16-7,19,23-4,40-1; 12:17-8,39-40,58-9; 14:40-2; 15:18-20,41-2,66-7,76-7,79; 16:45; 17:53-4

Draft budget 2003-04, 4:5,39

**Chaput, honorable Maria**

Projet de loi S-8, 5:17,19

**Christensen, honorable Ione**

Projet de loi S-8, 5:17,19

**Comeau, honorable Gérald J.**

Industries de médias canadiennes, 13:41-3

**Corbin, honorable Eymard G., président suppléant du Comité (fascicule 16)**

Industries de médias canadiennes, 7:16-7; 9:37-9,45; 10:45-6,57; 12:18-20,25,50,65-6,73-4,80; 13:12-5,21-3,34-7,55-8; 14:10-2,19-20, 29,42-6,53; 15:16-8,26-7,48-50,58,71,75-6; 16:15-7,22,28-9,33,38, 43-5,52; 17:25-8,61-5

Président suppléant, 16:4,28

**Day, honorable Joseph A.**

Budget 2002-2003, 6:15-6

Budget 2003-2004, 6:16-7,19,22-4

Industries de médias canadiennes, 7:16,18,37-8,54-5; 8:12-3,26,32, 44-5; 9:40-1,46; 10:69-71,88,90; 11:45-6,48; 13:38-41,53-5,59; 14:46-9; 15:56,67,70-1; 16:35-6,40-2,50-2; 17:57-61,74-5

Projet de loi S-8, 1:32-4,39-40,43-4,46,48; 4:9-12,17-20; 5:18,20

**Eyton, honorable John Trevor**

Industrie du transport interurbain par autocar, étude, 2:25-7

Industries de médias canadiennes, 7:52-4,57,68-9; 9:19-22,30-2; 11:14, 24,31,44-5; 15:50-2,77-9

Projet de loi S-8, 2:49-51; 4:27,33-5; 5:17,19

**Forrestall, honorable J. Michael**

Budget 2002-2003, 6:16

Budget 2003-2004, 6:18-20

Industries de médias canadiennes, 14:8,19-20,23,25; 15:65-6

**Fraser, honorable Joan, président du Comité**

Budget 2002-2003, 6:15-6

Budget 2003-2004, 6:16-24

Budget concernant l'étude des autocars, 2:15-6

Budget proposé, études législatives 2002-2003, 2:15-6; 4:38

Industrie du transport interurbain par autocar, étude, 2:17,23,36

Industries de médias canadiennes, 7:5-7,11,18-9,27,32,43,51,56-8,70-1; 8:5,14,17,20-1,26-7,31-3,37-8,41,45-6,51,56; 9:5,12,17,19,23-4, 28-9,33-5,39-40,42-3,46-7; 10:6,12,17-23,27,30-4,39-41,47-9,54-7, 61-3,68,74-5,78,83-4,87-8,90-1; 11:5,11,15,19,26,28-9,32-5,40, 48-50; 12:5,11-2,21-5,27-8,33,35,37-8,40-1,45,50,54-5,58-9,62-8, 74-5,78,80-3; 13:5,11,14,17-9,23-9,32,37,44-9,52-3,58-9; 14:5,9, 12-5,20,23-4,26-30,36,41-4,52,55; 15:5,10,12-3,16,18,20,23,26-7, 29-31,43,54-5,57-8,65-6,68,70,72,74,79-81; 16:5,10-2,21-7 17:5,22, 29-30,38-41,64,68-71,75-6,78

Projet de loi S-8, 1:15-6,23,26-7,35-6,39-49; 2:36-7,46,53,56,58-9;

4:6,12-4,16,19-21,24,28,33,38-9; 5:5-8,11-7,19-21

Réunion d'organisation, 1:10-5

Travaux futurs, 2:16-7

**Graham, honorable B. Alasdair**

Budget 2002-2003, 6:16

Budget 2003-2004, 6:18-9,21-3

Industrie du transport interurbain par autocar, étude, 2:23-4,27

Industries de médias canadiennes, 8:18-21,28-9; 10:13-4,21-2,27-8, 31-2,37-9,54-6,58,67-9,73,84-5,91; 11:11-3,19,29; 12:15-7,22,24, 38,50,53-5,64,66-7,74-8,83; 13:9-11,19-21,23-4,32-3,59; 14:8,10, 15-8,23-4,36-40,43,47,54; 15:10-1,18,27-8,37-9; 16:9-10,21,33-5, 45-6; 17:21-4,36,40,49-50,52-3,72-3

Président suppléant, 16:4,28

**Gustafson, honorable Leonard J.**

Budget 2003-2004, 6:20

Ébauche de budget 2003-2004, 4:5

Industries de médias canadiennes, 8:40-1,45,50-2; 11:16-7,19,23-4, 40-1; 12:17-8,39-40,58-9; 14:40-2; 15:18-20,41-2,66-7,76-7,79; 16:45; 17:53-4

Projet de loi S-8, 1:23-5,42,45,48; 2:41-2; 4:32,38-9

**Hubley, Hon. Elizabeth**

Canadian media industries, 9:22-3,32

**Johnson, Hon. Janis G.**

Bill S-8, 1:41,44-5,47-8; 5:19  
 Canadian media industries, 13:25-6; 16:47-9; 17:65-8  
 Future business, 2:17  
 Organization meeting, 1:10-4

**Kinsella, Hon. Noel A.**

Bill S-8, 1:16-7,42-3,46-8; 5:18-20

**LaPierre, Hon. Laurier L.**

Bill S-8, 1:41,46-7,56-9  
 Budget 2002-03, 6:16  
 Budget 2003-04, 6:16-8,20-1,23-4  
 Canadian media industries, 8:9-11,20,24-5,27,30,32; 9:36-7,44;  
     10:14-5,20-1,39-40,44-5; 11:35,41-2,48; 13:11,38,50-2; 14:41,49-52;  
     15:16,24-6,42-4,58,72,74; 16:12,15,18-20  
 Documents in one language, 2:41  
 Intercity busing industry, examination 2:24-5,30,33-5  
 Organization meeting, 1:10-1,13-5

**Losier-Cool, Hon. Rose-Marie**

Canadian media industries, 7:35-7,41-2,

**Maheu, Hon. Shirley**

Bill S-8, 2:44-5

**Mahovlich, Hon. Frank W.**

Bill S-8, 5:19

**Massicotte, Hon. Paul**

Canadian media industries, 14:12,15,21-2

**Merchant, Hon. Pana**

Canadian media industries, 7:30; 8:41-3,52; 9:41-2; 10:15-7,28-9,32,  
     39-40,59-60; 11:18,35,47-8; 15:21-3,45-8,72-3,81; 16:12,20,38-40,  
     46-7; 17:16-7,36,54-5,57,76-7

**Oliver, Hon. Donald H.**

Canadian media industries, 7:11-2,17-8,27-8; 11:19-21,24,30

**Phalen, Hon. Gerard A.**

Bill S-8, 1:45,48; 4:12-3,19  
 Canadian media industries, 7:12-3,51; 8:38-40; 9:35; 10:19,76-7,85-6;  
     11:13,21; 12:35; 13:45  
 Draft budget, intercity busing industry 2002-03, 2:4,16  
 Intercity busing industry, examination 2:30,32-3  
 Organization meeting, 1:11-2,14

**Ringuette-Maltais, Hon. Pierrette**

Bill S-8, 4:14,26,35-8; 5:16,18-9  
 Budget 2003-04, 6:16,18-9,23  
 Canadian media industries, 7:15,29,56; 8:14-5,23-4,37,53; 9:18-9;  
     11:41; 12:65-7,78-9

**Setlakwe, Hon. Raymond C.**

Draft budget, legislative work 2002-03, 2:16

**Spivak, Hon. Mira**

Bill S-8, 1:25-7,43-8; 4:24-5,32; 5:15-20  
 Canadian media industries, 8:15-7,29-32,43,55; 9:12-4; 10:42-3,72,74,  
     87; 12:14-5,36,39-40,59-61; 15:14-6,28-9,55; 16:36-8; 17:19-20,  
     34-5  
 Draft budget, legislative work 2002-03, 2:4,16

**Tkachuk, Hon. David**

Canadian media industries, 7:13-4; 16:13-5

**Hubley, honorable Elizabeth**

Industries de médias canadiennes, 9:22-3,32

**Johnson, honorable Janis G.**

Industries de médias canadiennes, 13:25-6; 16:47-9; 17:65-8  
 Projet de loi S-8, 1:41,44-5,47-8; 5:19  
 Réunion d'organisation, 1:10-4  
 Travaux futurs, 2:17

**Kinsella, honorable Noel A.**

Projet de loi S-8, 1:16-7,42-3,46-8; 5:18-20

**LaPierre, honorable Laurier L.**

Budget 2002-2003, 6:16  
 Budget 2003-2004, 6:16-8,20-1,23-4  
 Documents dans une seule langue, 2:41  
 Industrie du transport interurbain par autocar, étude, 2:24-5,30,33-5  
 Industries de médias canadiennes, 8:9-11,20,24-5,27,30,32; 9:36-7,44;  
     10:14-5,20-1,39-40,44-5; 11:35,41-2,48; 13:11,38,50-2; 14:41,49-52;  
     15:16,24-6,42-4,58,72,74; 16:12,15,18-20  
 Projet de loi S-8, 2:41,46-7,56-9  
 Réunion d'organisation, 1:10-1,13-5

**Losier-Cool, honorable Rose-Marie**

Industries de médias canadiennes, 7:35-7,41-2,

**Maheu, honorable Shirley**

Projet de loi S-8, 2:44-5

**Mahovlich, honorable Frank W.**

Projet de loi S-8, 5:19

**Massicotte, honorable Paul**

Industries de médias canadiennes, 14:12,15,21-2

**Merchant, honorable Pana**

Industries de médias canadiennes, 7:30; 8:41-3,52; 9:41-2; 10:15-7,  
     28-9,32,39-40,59-60; 11:18,35,47-8; 15:21-3,45-8,72-3; 16:12,20,  
     38-40,46-7; 17:16-7,36,54-5,57,76-7

**Oliver, honorable Donald H.**

Industries de médias canadiennes, 7:11-2,17-8,27-8; 11:19-21,24,30

**Phalen, honorable Gerard A.**

Ébauche de budget, transport interurbain par autocar 2002-2003, 2:4,16  
 Industrie du transport interurbain par autocar, étude, 2:30,32-3  
 Industries de médias canadiennes, 7:12-3,51; 8:38-40; 9:35; 10:19,76-7,  
     85-6; 11:13,21; 12:35; 13:45  
 Projet de loi S-8, 1:45,48; 4:12-3,19  
 Réunion d'organisation, 1:11-2,14

**Ringuette-Maltais, honorable Pierrette**

Budget 2003-2004, 6:16,18-9,23  
 Industries de médias canadiennes, 7:15,29,56; 8:14-5,23-4,37,53;  
     9:18-9; 11:41; 12:65-7,78-9  
 Projet de loi S-8, 4:14,26,35-8; 5:16,18-9

**Setlakwe, honorable Raymond C.**

Ébauche de budget, transport interurbain par autocar 2002-2003, 2:16

**Spivak, honorable Mira**

Budget proposé, études législatives 2002-2003, 2:4,16  
 Industries de médias canadiennes, 8:15-7,29-32,43,55; 9:12-4; 10:42-3,  
     72,74,87; 12:14-5,36,39-40,59-61; 15:14-6,28-9,55; 16:36-8;  
     17:19-20,34  
 Projet de loi S-8, 1:25-7,43-8,24-5; 4:24-5,32; 5:15-20

**Tkachuk, honorable David**

Industries de médias canadiennes, 7:13-4; 16:13-5



## SUBJECTS

**Bill S-8**, An Act to amend the Broadcasting Act  
Discussion, 1:15-49; 2:36-59; 4:6-39; 5:5-21;

**Broadcasting**

Bill S-7 (1st Session, 37th Parliament), discussion, 1:15-6,25,31,37-8, 41,44,46; 2:36,39; 4:18,21; 5:5,13  
British Columbia Public Interest Advocacy Centre, 1:19; 2:43,50  
Broadcasting Act, 2:39; 4:8,12-3,16,18-9,22,24; 5:7,11-2,14,16  
Broadcasting license fees, 1:26,29,32,37  
Cable television  
Canadian Cable Television Association, 1:16,27,31  
Prince Edward Island, 4:11-2  
Rate increases, 1:19,21,32; 2:37-8,42,45,52; 4:8,16-7  
Canadian Association of Broadcasters, 1:16,25-9,31,40; 2:40; 5:17  
Canadian Broadcasting Corporation, 1:16,26-8,36-43,45,47; 2:40,43,52; 4:11,28-39; 5:6-7,9-10,12,16-9  
Canadian Cancer Society, 2:46-7  
Canadian Heritage Department, 1:20,22,30; 2:39; 4:22; 5:5-6,10-1  
Canadian Radio-television and Telecommunications Commission  
Broadcasting proceedings, 5:5-8,12  
Cost to interveners, 1:17-21,33,38; 2:44,52,57; 4:11-2,14,16-20,25, 28-30; 5:6  
Proceedings, 1:22-6,28-30,32-3,35,37,40-1; 2:37,39-46,49, 53-9; 4:7,11,13,20-2,24,29,31,33-4; 5:5-7,11-2  
Renewal of licences, 1:29,31-3,35,37-9; 2:42-3,47,52,57; 4:16,25, 30-1,34; 5:6,9,18  
Responsibility, 1:16-9; 4:22  
Staff, 4:26-7  
Telecom proceedings, 5:5,7-8  
CNN, 4:32-3  
Communications, Energy and Paperwork Union, 4:15-6  
Consumer groups, 1:24; 2:46,53  
Consumers' Association of Canada, 1:19; 2:46  
Cost award, 2:38-43,45-51,54-5,57-8; 4:9,11,15,17-8,21,23-4,27-30, 32-4; 5:16-7  
CTV, 4:34; 5:12,17  
Digital television, 1:24,33  
Funding  
Consumers, 1:18; 2:56-7  
Interveners, 1:22,25,27-9,32-3,36-7,40-1,46; 2:48; 4:10-1,18-9,30; 5:5-10,16  
National Anti-Poverty Organization, 1:19; 2:43,46,49; 4:6,9-11  
Private broadcasters, 5:7,9,11,18  
Public broadcasters, 5:9,11,18  
Public Interest Advocacy Centre, 2:36-7,46,50,54; 4:13,15,17,30  
Public Interest Law Centre, 1:19-20; 2:50  
Public participation, 1:30,39-40,42  
Saskatchewan Association of Broadcasters, 1:23-4  
Telecommunications Act, 1:17-8,21; 2:39-40,48-9,58; 4:7,12-3,18,20, 24,30  
Telecommunications Workers Union, 2:59; 4:14-5  
Telephone service, 4:7,15  
Union des consommateurs, 2:36,53-4,56-7

**Budget**

Budget 2002-03, 6:15-6  
Budget 2003-04, 6:16-24

**Canadian media industries**

Advertising  
Consumer, 12:10,13-6  
Internet, 11:34,41  
Newspapers, 11:34-5; 12:62-4; 13:7  
Revenues, 7:8,49  
Television, 11:33-4,48,50; 13:7; 17:33-5,37  
Aird Commission, 7:28; 12:42  
Alliance Atlantis, 9:27; 10:90; 14:34  
American television  
A&E, 7:30,37  
ABC, 8:41; 10:34,91; 11:29; 12:78; 15:37

## SUJETS

**Budget**

Budget 2002-03, 6:15-6  
Budget 2003-04, 6:16-24

**Industries de médias canadiennes**

Accord de libre-échange nord-américain, 12:45; 13:36  
Affaires étrangères et commerce international, ministère, 15:38,54  
Alliance Atlantis, 9:27; 10:90; 14:34  
AOL-Time Warner, fusion, 8:54; 10:61,79; 11:38; 16:36  
Association canadienne des radiodiffuseurs, 9:27; 17:34,47,52  
Australie, 7:59,68  
Autoréglementation des médias, 8:39-40  
Banques, Loi, 7:51; 8:39  
Bell Canada, 7:22,42; 16:11  
Bell Canada Entreprises, 7:9,11,50; 8:53; 9:17; 11:27; 12:30-1; 13:52; 16:17; 17:39  
Bell Globemedia, 10:9; 12:67; 17:39,60  
British Broadcasting Corporation (BBC)  
Budget, 7:25; 9:12; 10:8,89; 14:35,43; 15:37  
Canaux pour la télévision et la radio, 7:30,62,68,70; 8:32,55; 10:81-2, 84,88-91; 11:29,40; 14:46,53; 15:20,34,37,41,48,53-4,78  
Bureau de la concurrence, 7:60; 12:30,32-3,35,38,57; 13:5-6,8-11,14-6, 20-2,25,27-8,33-5,37; 14:17,19-20; 16:10,33,36; 17:16,73  
Bureaux des gouverneurs de la radiodiffusion, 13:32,38  
15:7,48,56; 16:7,14-5,18; 17:21,32-3,36,43,58  
Canadian Broadcasting Corporation  
Anne of Green Gables, 7:29-30  
Budget, 7:29,61; 8:22,41; 9:9,28; 10:8,11,81; 11:47; 12:45,59; 14:31,33,35,37,45-6; 15:25,31-2,35-9,42,47-8,50-1,54-5,58,68, 75,77-9,81; 17:72  
Canada: A People's History, 7:22; 14:40; 15:55,62  
Canada Now, 15:40,68  
CBC News Online, 15:59,67  
CBC North, 7:31,42; 13:44  
CBC Radio, 7:37-8,57,60; 9:6,13; 10:19-20; 14:42; 15:32-3,41,47,50, 59,65,67,69; 17:43  
CBC Radio One, 7:33,41,65; 9:22; 15:34  
Conflit au Moyen-Orient, 7:48,63-4,66; 10:22,81,91; 11:29; 12:54,65; 14:32,40-2,54; 15:16,34-5,37,54,59,70-2,78  
Contenu canadien, 9:41; 14:51; 17:48  
Création, 12:42-3  
Culture, 7:59; 9:8  
Émissions pour enfants, 7:38; 8:8; 14:40; 15:46,55  
Films américains, 9:13; 14:54  
Hockey Night in Canada, 7:41; 14:47  
Journal national, 7:34-5,39-40; 8:9-10,27,43-4,56; 9:16,41-2; 10:20-1, 39-40,85; 11:10-1; 12:32,47  
Journaliste du service public, 7:67-8  
Journalistes, 9:21-2,28; 10:9; 11:14,18; 15:33,35,47-8,53,55,58,62-3, 68-72,75-6; 16:52  
Mandat, 7:35-8,61-2,70; 8:30,42; 9:8; 10:12; 14:39; 15:39-40  
Newsworld, 7:5,28,30,62,65; 11:5; 14:28,31,46-7,50; 15:37,59,73, 75,78; 16:13-4,20; 17:43  
Nouvelles, 7:14,16,19,29-30,63-5; 8:28-9; 9:6,13; 10:11,29; 12:61; 14:42; 15:14,21,38-40,59-61,65-73,78; 16:13; 17:11,44,70  
Nouvelles internationales, 12:73-4; 15:78-80  
Ombudsman, 9:11; 10:16-7; 15:41,49-50; 16:23  
Président, 14:43-5,48-9  
Programmation, 7:35-43; 8:8,41; 9:12,27,29-31,44; 11:47; 14:34,45, 48,50; 15:35,40,42-8,50-1,53-5,58-9,61,64-5,68-9,73,77,79; 17:43  
Revenus publicitaires, 7:37-8; 14:38  
Spectateurs, 8:25; 9:11,14; 10:16,88,90; 11:11-2; 15:45-7  
Sports, 7:29; 14:38,46-7,49  
Street Sense, 9:31-2  
The National, 7:64; 9:14; 14:47; 15:33,59,66,68,73,79  
This Hour Has 22 Minutes, 7:30; 14:53

**CanWest Global Communications Corp.**

Global Television Network, 7:14,63-4; 8:41; 9:17,19-21,27; 12:67; 13:41,45,47-8; 14:40-1  
Quotidiens, 7:46,48,50-1,53; 9:15; 10:10-1,19,22,69; 11:39,42-3;

- American programming in Canada, 7:64; 9:24-5; 11:43; 14:34,39,51, 54; 17:49,54,61
- C-Span, 7:63-4; 15:54
- CBS, 10:34,91; 11:29; 12:78; 15:37
- Clear Channel, 7:57; 17:29-30
- CNN, 7:5,14,16,27,30,55-6,62; 8:41,45,51; 9:25; 10:81,91; 11:29, 40; 12:40,78; 14:25,28,40,54; 15:20,26,37,54,56-7,65; 16:14, 20,51
- Fox, 7:27,63; 8:16,41,45-6; 9:17; 14:28,54; 15:54,57,78
- MSNBC, 7:27,63; 14:6
- MuchMusic, 7:5; 9:32; 17:45,57,62,66,68,72
- NBC, 10:34,91; 11:29; 12:78; 15:26,37
- PBS, 7:63,68; 8:55; 9:7,12; 10:82; 11:29; 14:53; 15:36,55
- AOL-Time Warner merger, 8:54; 10:61,79; 11:38; 16:36
- Australia, 7:59,68
- Bank Act, 7:51; 8:38
- Bell Canada, 7:22,42; 16:11
- Bell Canada Enterprises, 7:9,11,50; 8:53; 9:17; 11:27; 12:30-1; 13:52; 16:17; 17:39
- Bell Globemedia, 10:9; 12:67; 17:39,60
- Bill C-55 (1<sup>st</sup> session, 36<sup>th</sup> Parliament), 16:37,40,46
- Board of Broadcast Governors, 13:32,38
- British Broadcasting Corporation (BBC)
- Budget, 7:25; 9:12; 10:8,89; 12:59; 14:35,37; 15:37
- Television and radio channels, 7:30,62,68,70; 8:32,55; 10:81-2,84, 88-91; 11:29,40; 14:46,53; 15:20,34,37,41,48,53-4,78
- Broadcasting Act, 7:5,28; 8:35,47; 10:49,53,60; 12:31; 13:8,10-1, 29,34,40-1,47,49,51
- Broadcasting industry, 7:23; 10:62; 12:8,15; 13:19-20,48; 16:35; 17:75-7
- Cable Public Affairs Channel (CPAC), 13:42-3,57
- Canadian Association of Broadcasters, 9:27; 17:34,47,52
- Canadian Broadcast Standards Council, 13:41; 17:25-6
- Canadian Broadcasting Corporation
- Advertising revenues, 7:37-8; 14:38
- American movies, 9:13; 14:54
- Anne of Green Gables, 7:29-30
- Budget, 7:29,61; 8:22,41; 9:9,28; 10:8,11,81,89; 12:45,59; 14:31, 33,35,37,45-6; 15:25,31-2,35-9,42,47-8,50-1,54-5,58,68,75, 77-9,81; 17:72
- Canada: A People's History, 7:22; 14:40; 15:55,62
- Canada Now, 15:40,68
- Canadian content, 9:41; 14:51; 17:48
- CBC News Online, 15:59,67
- CBC North, 7:31,42; 13:44
- CBC Radio, 7:37-8,57,60; 9:6,13; 10:19-20; 14:42; 15:32-3,41,47, 50,59,65,67,69; 17:43
- CBC Radio One, 7:33,41,65; 9:22; 15:34
- Chairman, 14:43-5,47,49
- Children's programs, 7:38; 8:8; 14:40; 15:46,55
- Creation, 12:42-3
- Culture, 7:59; 9:8
- Hockey Night in Canada, 7:41; 14:47
- International news, 12:73-4; 15:78-80
- Journalists, 9:21-2,28; 10:9; 11:14,18; 15:33,35,47-8,53,55,58,62-3, 68-72,75-6; 16:52
- Mandate, 7:35-8,61-2,70; 8:30,42; 9:8; 10:12; 14:39; 15:39-40
- Middle East conflict, 7:48,63-4,66; 10:22,81,91; 11:29; 12:54,65; 14:32,40-2,54; 15:16,26,34-5,37,54,59,63,70-2,78
- National newspaper, 7:34-5,39-40; 8:9-10,27,43-4,56; 9:16,41-2; 10:20-1,39-40,85; 11:10-1; 12:32,47
- News, 7:14,16,19,29-30,63-5; 8:28-9; 9:6,13; 10:11,29; 12:61; 14:42; 15:14,21,38-40,59-61,65-73; 16:13; 17:11,44,70
- Newsworld, 7:5,28,30,62,65; 11:5; 14:28,31,46-7,50; 15:37,59,73, 75,78; 16:13-4,20; 17:43
- Ombudsman, 9:11; 10:16-7; 15:41,49-50; 16:23
- President, 14:43-5
- Programming, 7:35-43; 8:8,41; 9:12,27,29-31,44; 11:47; 14:34,45, 48,50; 15:35,40,42-8,50-1,53-5,58-9,61,64-5,68-9,73,77,79; 17:43
- Public service journalist, 7:67-8
- Spectators, 8:25; 9:11; 10:16,88,90; 11:11-2; 15:45-7
- Sports, 7:29; 14:38,46-7,49
- Street Sense, 9:31-2
- The National, 7:64; 9:14; 15:33,59,66,68,73,79
- This Hour Has 22 Minutes, 7:30; 14:53
- 12:12-3,19-20,26,28-9,31,34,36-8,43,51-2,56,62,64-5,69-70; 13:11,23,53; 14:12,33; 15:17; 16:29,36,50
- Télévision, 7:50-1,53; 10:19,22; 11:39,42-3; 12:12,63,67; 13:23,30; 14:31-3,43; 17:64,68,70
- Center for Global Media Studies, 9:35,37
- Centre national d'excellence, 11:10,13-4
- Chaîne d'affaires publiques par câble, la (CPAC), 13:42-3,57
- Changements technologiques
- Imprimerie, 10:79-80
- Internet, 7:5,11,13,15,27,30-1,46-7,56,61,65,67-8; 8:10,15,17-8,35, 38,43-4,47; 9:5,11,34-5,46; 10:6-8,11,14-5,17-8,20-1,23-4,29,34, 41-2,55,63,70-1,80-2,87-9; 11:5,11-2,32,34,40-1,46; 12:16-7,24, 26-7,33,37,56-7,59,61-3; 13:28,31,51,53,57; 14:5,7,15,22-3,27, 50; 15:7,25-6,28-9,47,49,56,65,67; 16:8,13,18-20,24,30-1,41-2; 17:13,20-1,33,39,43,49,74
- Satellites, 15:56-7,63; 17:13,33,43,53,58
- Téléphone cellulaire, 15:56-7; 17:33-4
- CHUM Ltd., 10:19; 11:35; 13:48; 17:41-5,47-54,61-76
- CHUM Media Literacy Centre, 17:47,51-2
- Code criminel, 10:68,76; 15:16
- Comité conseil sur la qualité et la diversité de l'information, 15:5-6,8-9, 11-3
- Commissaire à la vie privée, 7:10-1,13
- Commission Aird, 7:28; 12:43
- Commission royale d'enquête sur les quotidiens, 7:5-7,9-12,45,47; 10:19; 12:31
- Commissions royales sur les médias, 8:5-6
- Concentration accrue de la propriété, convergence, 7:5-6,9,15,32-3, 43-4,46-7,49-50,53-4,56-7,59-60,62,65-6; 8:7,27,29,33-6,47-50, 53; 9:6,10,14-5,17-8,22-3,34,38; 10:6-9,19-20,25-6,36,47-8,51-3, 55-7,61,79,83; 11:7,21,24,26,28,30,35-6,38-9,41-3,46; 12:5,8,23, 29,35,41,57,60,62,69-72,76,82; 13:5,7-8,11,16,18-9,23-4,26,28-30, 40,46,49-50,52-4,57; 14:29-30; 15:5-7,11-4,20-1,24,26-7,29-31, 56-7; 16:5,7,10,24,28,31,33,35-6,41-2; 17:41,58-9,64,73
- Concurrence, Loi, 12:30,33,59; 13:6,8,11,13,35; 15:14
- Concurrence, Tribunal de la, 13:7; 14:19
- Conseil canadien des normes de radiodiffusion, 13:41; 17:25-6
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes
- Contrôle des permis, 7:14,50; 8:17; 9:14; 10:51; 11:27,40,48; 12:9, 32-3,55-6,67,76; 13:10,20-1,26,28,31,33,36-9,41,45,56-7,59; 14:17,19,31,35; 15:50-2; 16:13-4,16,36; 17:7,14-6,19,28,36-7, 55-8,73,77
- Crédibilité de l'organisme, 10:60-1
- Décisions, 7:60; 11:45-6; 13:30,33,39-41,49,52,56,58; 14:19,21-2,24; 16:15; 17:16,45
- Mandat, 13:9,17-8
- Politique sur les médias communautaires, 13:31,41-5
- Production canadienne, 10:54; 13:10; 14:21-2
- Consommateurs, 7:16,21-2,27; 8:42-3,53; 9:9; 11:7; 12:37; 13:13-4,26; 14:22-3; 15:9,20,50,60; 17:33-4,42,46-7,78
- Constitution
- Charte des droits et libertés, 7:11-2,46,49; 9:5,44; 10:13,20-1,37,40, 43,52,64,75; 12:7; 15:10
- Corus Entertainment Inc.
- Corus Radio, 17:5-10,12-4,16-8,21-6,29,36-8,40
- Corus Television, 17:5-6,11,15,19-21,24-8,30-5,39-40
- Cour suprême du Canada, 10:53,68; 13:25
- CTV Television Network Limited
- CTV, Newsnet, 7:14; 15:73
- Journalistes, 9:21; 12:70
- Nouvelles, 7:64; 11:5; 17:70
- Programmation, 9:27,31; 11:27; 13:30,41,45; 14:28,40-1; 17:43
- Propriétaire, 7:9; 8:41; 9:17; 12:30-1; 13:47-8
- Diversity of voices everywhere (DOVE), 12:45,48-9,62,65,68
- Droit d'auteur, Loi, 17:13,28
- Droit du public à l'information, 15:21,23,27
- Éducation des médias, 15:24,28; 17:46-7,50-1,62-3
- Éducation du public, 10:13; 17:23-4
- Entente de fiducie, 7:12,14,18
- Federal Communications Commission, 13:24,36,38,47; 17:28
- Fédération canadienne des enseignantes et enseignants, 14:54; 17:46
- Films canadiens, 17:65-6
- Finances, ministère, 7:24; 15:38
- Fragmentation de marché, 10:7,80; 11:25,34; 13:47-8; 15:29; 17:27-8, 39,44

- Canadian films, 17:65-6
- Canadian Heritage, Standing Commons Committee, 13:9,33,37,45; 17:28
- Canadian Heritage, Standing Commons Committee, report, June 2003, 14:30-1,38-9; 15:36,40
- Canadian Heritage Department, 7:24; 13:9,42; 14:6,49; 15:38; 16:34-5, 38,50
- Canadian journalism
- Blind spots, 8:40-1
  - Canadian Journalism Foundation, 9:34; 10:10; 11:14-5
  - Duties and responsibilities, 8:13; 9:7; 15:21-2; 16:51
  - Export of journalists, 9:12,34; 11:10
  - Fédération des journalistes du Québec, 8:37-8
  - Integrity of the journalists, 8:36-7
  - Investigative journalism, 11:19-21,29; 12:11,46,66; 15:12
  - Profession, 11:6-7,10,30
  - Quebec, 8:24,28-9,40; 15:5-8,10-1,13
  - Toronto, 11:19,32
  - University programs in journalism, 8:14-5,23; 9:20-1,36; 10:9,12, 63-4,67,85-6; 11:10,12; 12:78-9; 14:25
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission
- Canadian programs, 10:53-4; 13:10; 14:21-2
  - Community-based media, 13:31,41-5
  - Credibility of organization, 10:60-1
  - Decisions, 7:60; 11:45-6; 13:30,33,39-41,49,52,56,58; 14:19,22; 16:15; 17:16,45
  - Licence control, 7:14,50; 8:17; 9:14; 10:51; 11:27,40,48; 12:9,32-3, 55-6,67,76; 13:10,20-1,26,28,31,33,36-9,41,45,56-7,59; 14:17, 19,31,35; 15:50-2; 16:13-4,16,36; 17:7,14-6,19,28,36-7,55-8, 73,77
  - Mandate, 13:9,17-8
  - Canadian Statistical Assessment Service, 10:23,29-31
  - Canadian Teachers' Federation, 14:54; 17:46
  - Canadian teenagers view on news and media, 9:24-6,32-3; 10:17
  - CanWest Global Communications Corp.
    - Global Television Network, 7:14,63-4; 8:41; 9:17,19-21,27; 12:67; 13:41,45, 47-8; 14:40-1
    - Newspapers, 7:46,48,50-1,53; 9:15; 10:10-1,19,22,69; 11:39,42-3; 12:12-3,19-20,26,28-9,31,34,36-8,43,51-2,56,62,64-5,69-70; 13:11,23,53; 14:12,33; 15:17; 16:29,36,50
    - Television, 7:50-1,53; 10:19,22; 11:39,42-3; 12:12,63,67; 13:23,30; 14:31-3,43; 17:64,68,70
- Center for Global Media Studies, 9:35,37
- CHUM Ltd., 10:19; 11:35; 13:48; 17:41-5,47-54,61-76
- CHUM Media Literacy Centre, 17:47,51-2
- Comité conseil sur la qualité et la diversité de l'information, 15:5-6,8-9, 11-3
- Competition Act, 12:30,33,59; 13:6,8,11,13,35; 15:14
- Competition Bureau, 7:60; 12:30,32-3,35,38,57; 13:5-6,8-11,14-6,20-2, 25,27,8,33-5,37; 14:17,19-20; 16:10,33,36; 17:16,73
- Competition Tribunal, 13:7; 14:19
- Constitution
- Charter of Rights and Freedoms, 7:11-2,45-6,49; 9:5,44; 10:13,20-1, 37,40,43,52,64,75; 12:8; 15:10
  - Consumers, 7:16,21-2,27; 8:42-3,53; 9:9; 11:7; 12:37; 13:13-4,26; 14:22-3; 15:9,20,50,60; 17:33-4,42,46-7,78
- Copyright Act, 17:13,28
- Corporate governance, 10:88-9; 16:27
- Corus Entertainment Inc.
- Corus Radio, 17:5-10,12-4,16-8,21-6,29,36-8,40
  - Corus Television, 17:5-6,11,15,19-21,24-8,30-5,39-40
- Criminal Code, 10:68,76; 15:16
- Cross ownership, 7:33,45,49-50,56,67; 9:6,14,17; 10:7,11-2,19-20, 25-6,55; 11:7,26,28,30; 12:8-9,14,23,29,32,35,38,45,52-3,71-2, 76,82; 13:17-8,24,26,29-30,38-40,45-7,49-51,59; 14:7,10,12,17,21; 16:10; 17:13,39,50,59
- CTV Television Network Limited
- CTV Newsnet, 7:14; 15:73; 17:43
  - Journalists, 9:21; 12:70
  - News, 7:64; 11:5; 17:70
  - Owner, 7:9; 8:41; 9:17; 12:30-1; 13:47
  - Programming, 9:27,31; 11:27; 13:30,41,45; 14:28,40-1
- Culture and information markets, 8:50-6
- Davey Report, 7:5,7,45; 10:10
- Diversity of voices everywhere (DOVE), 12:45,48-9,62,65,68
- Gouvernance des entreprises, 10:88-9; 16:27
- Institut de recherche en politiques publiques, 7:35,40
- Institut Fraser, 10:23,27,32
- Investissements
- Etranger, 7:60; 14:8,14
  - Secteur privé, 7:19
  - Secteur public, 7:19,27
- Jeunes canadiens, propos sur l'actualité et sur les médias, 9:24-6,32-3; 10:17
- Jeunes contrevenants. Loi, 10:77-8; 12:19
- Journalisme
- Afrique du Sud, 8:19-20; 10:57
  - Australie, 10:65,70; 15:9
  - Devoir d'imputabilité, 8:34,36-7
  - Etats-Unis, 8:13,28,36,45; 9:7,17; 10:9-10,25,42,47,52,66-7,70,73; 11:10,29,32; 12:9; 15:9,13,16-7,23
  - Formation générale, 8:22-4,26,38; 9:20-1; 10:12,18,26,30-1
  - France, 8:24,26-8; 15:11
  - Grande Bretagne, 8:13,20; 9:7,17; 10:10,65,70
  - Guerre en Irak, 8:12-4,18-21,32,45-6,51; 9:25,37; 10:21-2,28,81,88, 91; 11:29; 12:39,54,77; 14:40-1
  - Pays scandinaves, 15:11,17-8
- Journalisme canadien
- Angles morts, 8:40-1
  - Devoirs et responsabilités, 8:13; 9:7; 15:21-2; 16:51
  - Exportation des journalistes, 9:12,34; 11:16
  - Fédération des journalistes du Québec, 8:37-8
  - Fondation pour le journalisme canadien, 9:34; 10:10; 11:14-5
  - Intégrité des journalistes, 8:36-7
  - Journalisme d'investigation, 11:19-21,29; 12:11,46,66; 15:12
  - Profession, 11:6-7,10,30
  - Programme de formation journalistique des universités, 8:14-5,23,26; 9:20-1,36; 10:9,12,63-4,67,85-6; 11:10,12; 12:78-9; 14:25
  - Quebec, 8:24,28-9,40; 15:5-8,10-1,13
  - Toronto, 11:19,32
- Liberté d'information et d'expression, 7:10,44-5,48,54; 8:26; 9:44-5; 10:35,41-2,44-5,50,53,64,75-6; 11:10; 12:10-1,31-2,34-5; 15:12, 15-7; 16:9
- Liberté de la presse, 7:6,54-5; 8:6,9-11,16,21,36-7; 9:34,36-7,44; 10:13-5,20,35-8,41-6,49-50,52-7,70; 12:28-9,31,33,36,38,40,45, 56,72; 13:17; 15:12,17,66; 16:9
- Littérature haineuse, 8:16-7,37
- Magazine
- L'Actualité, 14:11-2,21
  - Canadian Living, 16:30,48-9
  - Cosmopolitan, 16:30,48-9
  - Coup de pouce, 16:30,49
  - Elle Canada, 16:30,48,52
  - Elle Québec, 16:30,52
  - Fonds du Canada pour les magazines, 14:6,10-1; 16:37-8
  - Homemakers, 16:30,48
  - Journal de l'Association médicale canadienne, 10:27,30-1
  - Macleans, 14:15-6,24,28
  - Périodiques américains et étrangers au Canada, 14:11; 16:34,37-8,47
  - Programme d'aide aux publications, 14:6,10; 16:34-5,37,49
- Marché de la musique, 16:24-5
- Marché libre, 8:42,48; 9:8
- Marchés culturels et informationnels, 8:50-6
- Media Transcontinental Inc.
- Périodiques, 16:29-31,34-5,37-8,40-2,47-50,52
  - Quotidiens, 11:48; 15:6-7; 16:29-30,32-4,36-46,49-51
- Mondialisation, 7:5,11,32,59; 8:33,42,47-8,53-5; 9:5,8,34; 10:6,8,34, 63; 11:5,38; 12:41; 13:5; 14:5,29; 15:5,30,80; 16:5,28; 17:41
- NewsWorld International, 15:53-4,59
- Nos ondes publiques, 14:29,34,36-7,54
- Office national du film, 7:25; 12:45; 17:25
- Ombudsman national pour les médias, 7:10,13,16-8; 10:10,14-5; 11:21-2
- Organisation mondiale du commerce, 10:86; 12:45; 16:40
- Patrimoine canadien, Comité de la Chambre des communes permanent, 13:9,33,37,45; 17:28
- Patrimoine canadien, Comité de la Chambre des communes permanent, rapport, juin 2003, 14:30-1,38-9; 15:36,50
- Patrimoine canadien, ministère, 7:24; 13:9,42; 14:6,49; 15:38; 16:34-5,



- Equity Investment Program, 9:27,31  
 Federal Communications Commission, 13:24,36,38,47; 17:28  
 Finance Department, 7:24; 15:38  
 Foreign Affairs and International Trade Department, 15:38,54  
 Foreign ownership of Canadian media, 7:50-1; 8:46-9,55; 9:16-7,44-5; 10:22,47,50; 11:35-6,42; 12:9,30,55,72; 13:16-7,19,26-7,39; 14:7-8, 13-4,31; 15:14,17; 16:11,32,40; 17:21-2,42,59-60  
 Fraser Institute, 10:23,27,32  
 Free market, 8:42,48; 9:8  
 Freedom of information and expression, 7:10,44-5,48,54; 8:26; 9:44-5; 10:35,41-2,44-5,50,53,63-4,75-6; 11:10; 12:10-1,31-2,34-5; 15:12, 15-7; 16:9  
 Freedom of the press, 7:6,54-5; 8:6,9-11,16,21,36-7; 9:34,36-7,44; 10:13-5,20,35-8,41-6,49-50,52-7,70; 12:28-9,31,33,36,38,40,45, 56,72; 13:17; 15:12,17,66; 16:9  
 Globalization, 7:5,11,32,59; 8:33,42,47-8,53-5; 9:5,8,34; 10:6,8,33,63; 11:5,38; 12:41; 13:5,28; 14:5,29; 15:5,30,80; 16:5,28; 17:41  
 Hate literature, 8:16-7,37  
 Increase concentration of ownership, convergence, 7:5-6,9,15,32-3,43-4, 46-7,49-50,53-4,56-7,59-60,62,65-6; 8:7,27,29,33-6,47-50,53; 9:6, 10,14-5,17-8,22-3,34,38; 10:6-9,19-20,25-6,36,47-8,51-3,55-7,61, 79,83; 11:7,21,24,26,28,30,35-6,38-9,41-3,46; 12:5,8,23,29,35,41, 57,60,62,69-72,76,82; 13:5,7-8,11,16,18-9,23-4,26,28-30,40,46, 49-50,52-4,57; 14:29-30; 15:5-7,11-4,20-1,24,26-7,29-31,56-7; 16:5, 7,10,24,28,31,33,35-6,41-2; 17:41,58-9,64,73  
 Institute for Research on Public Policy, 7:35,40  
 Investments  
 Foreign, 7:60; 14:8,14  
 Public sector, 7:19,27  
 Journalism  
 Australia, 10:65,70; 15:9  
 Duty of accountability, 8:34,36-7  
 France, 8:24,26-8; 15:11  
 General education, 8:22-4,26,38; 9:20-1; 10:12,18,26,30-1  
 Great Britain, 8:13,20; 9:7,17; 10:10,65,70; 15:11  
 Iraq war, 8:12-4,18-21,32,45-6,51; 9:25,37; 10:21-2,28,81,88,91; 11:29; 12:39,54,78; 14:40-1  
 Scandinavian countries, 15:11,17-8  
 South Africa, 8:19-20; 10:57  
 United States, 8:13,28,36,45; 9:7,17; 10:9-10,25,42,47,52,66-7,70, 73; 11:10,29,32; 12:9; 15:9,13,16-7,23  
 Magazine  
 L'Actualité, 14:11-2,21  
 American and foreign magazines in Canada, 14:11; 16:34,37-8,47  
 Canada Magazine Fund, 14:6,10-1; 16:37-8  
 Canadian Living, 16:30,48-9  
 Canadian Medical Association Journal, 10:27,30  
 Cosmopolitan, 16:30,48-9  
 Coup de pouce, 16:30,49  
 Elle Canada, 16:30,48,52  
 Elle Québec, 16:30,52  
 Homemakers, 16:30,48  
 Macleans, 14:15-6,24,28  
 Publications Assistance Program, 14:6,10; 16:34-5,37,49  
 Market fragmentation, 10:7,80; 11:25,34; 13:47-8; 15:29; 17:27-8, 39,44  
 Media education, 15:24,28; 17:46-7,50-1,62-3  
 Music sales, 16:24-5  
 National Centre of Excellence, 11:10,13-4  
 National Film Board, 7:25; 12:45; 17:25  
 National media ombudsman, 7:10,13,16-8; 10:10,14-5; 11:21-2  
 Newspapers  
 Accountability, 8:39,44; 10:35-9  
 Advertising revenues, 12:7,24  
 Alternative newspapers, 8:34; 10:11  
 Black Press, 11:48; 16:36-7  
 Calgary Herald, 10:27; 12:29,71,80  
 Canadian Association of Newspaper Editors, 12:19,23  
 Canadian Daily Newspaper Publishers Association, 7:7; 9:40  
 Canadian Newspaper Association, 9:34; 12:5-6,9,11-2,17,19,22,24, 67,82  
 Canadian Press, 7:13; 9:34,39-40; 10:55,73; 11:5,17-8,22; 12:28,41; 14:27; 15:7; 16:42,51-2  
 Chronicle-Herald, The, 10:74; 11:19; 15:28  
 Circulation decline, 7:57; 10:80,87; 11:7,28-9,40; 12:7 38,50  
 Pew Center for Press and the Public, 11:7,12  
 Programmation canadienne, 7:22-3; 11:43  
 Programme de participation au capital, 9:27,31  
 Programme des droits de diffusion, 9:27-20  
 Project of the New American Century, 12:48-9,53  
 Projet de loi C-55 (1<sup>re</sup> session, 36<sup>e</sup> législature), 16:37,40,46  
 Propriété croisée, 7:33,45,49-50,56,67; 9:6,14,17; 10:8,11-2,19-20, 25-6,55; 11:7,26,28,30; 12:8-9,14,23,29,32,35,45,52-3,71-2,76,87; 13:17-8,24,26,29-30,38-40,45-7,49-51,59; 14:7,10,12,17,21; 16:10; 17:13,39,50,59  
 Propriété étrangère des médias canadiens, 7:50-1; 8:46-9,55; 9:16-7, 44-5; 10:22,47,50; 11:35-6,42; 12:9,30,55,72; 13:16-7,19,26-7,39; 14:7-8,13-4,31; 15:14,17; 16:11,32,40,46; 17:21-2,42,59-60  
 Publicité  
 Consommateur, 12:10,13-6  
 Internet, 11:34,41  
 Quotidiens, 11:34-5; 12:62-4; 13:7  
 Revenus, 7:8,49  
 Télévision, 11:33-4,48,50; 13:7; 17:33-5,37  
 Qualité et quantité d'information des médias, 7:60-2,66  
 Quebecor inc., 7:50,53,56,59-60; 8:35,53; 10:55-6; 11:42-3; 12:12,17, 20,22,67; 13:45,53,58; 15:6-7,34; 16:5,7,10-2,15-6,21-2,24-7,44,50  
 Quebecor Media, 16:8-9,15,21-2,24  
 Quebecor World, 16:6,8-9,15,21  
 Quotidiens  
 Association canadienne des journaux, 9:34; 12:5-6,9,11-2,17,19,22,24, 67,82  
 Bien public, 12:51-2,61,67  
 Black Press, 11:48; 16:36-7  
 Bureaux à l'étranger, 12:71,78  
 Calgary Herald, 10:27; 12:29,71  
 Canadian Association of Newspaper Editors, 12:19,23  
 Centres urbains et ruraux, 12:58-9  
 Chronicle-Herald, The, 10:74; 11:19; 15:28  
 Conseil de presse de l'Ontario, 12:28,34  
 Conseil de presse de Québec, 8:45; 16:26  
 Conseils de presse, 7:18; 8:37,44-5; 10:89  
 Daily News, The, 16:34,44  
 Le Devoir, 8:27,29; 12:8; 15:6; 16:13  
 Diminution du tirage, 7:57; 10:7,80,87; 11:7,28-9,40; 12:7,10,12-3, 16,21,67; 15:18-9  
 Edmonton Journal, 10:27; 12:42  
 L'Évangéline, 9:45-6  
 Georgia Straight, 10:11,19  
 Gesca, 9:42; 12:20; 15:6-7,26-7; 16:23; 16:25  
 Globe and Mail, 7:9,13,22,33,50,52; 8:10-1,29; 9:8,16-7,19,40; 10:22,27-8,30,73,83; 11:11,22,41; 12:11,20,28,30,36,47,49,61,63, 70,79; 14:7,16,27,31-2; 15:18,47,66; 16:13,18,25,39  
 Hamilton Spectator, 11:5; 12:42  
 Hebdomadaires, 11:21,25; 12:17,25,37,56; 13:39; 15:6-7,13; 16:6-7, 29,33,41,45,50  
 Imputabilité, 8:39,44; 10:35-9  
 Information faussée dans les médias, 10:32-3  
 Journal de Montréal, 7:59; 8:29; 13:53; 14:16; 15:7; 16:6,8,11-2,18, 21,23-6  
 Journal de Québec, 7:59; 15:7; 16:8  
 Juridiction, 10:51,54  
 Kitchener-Waterloo Record, 12:26-7  
 Libelle diffamatoire, 10:63-74  
 Liberté éditoriale, 10:50-2,54,56,58; 15:14-5  
 Médias alternatifs, 8:34; 10:11  
 Montreal Gazette, 10:27,84; 12:33-4,41,50,66; 15:17; 16:13  
 National Post, 7:22,52,69; 8:10-2,29; 9:8,10,19-20,40-1; 10:24,27-8, 73,83-4; 11:5,11,22,25; 12:24,36,39,52,56,61; 14:7,16,32,42; 15:18; 16:13,39; 17:64  
 New Glasgow Evening News, 16:33-4  
 Osprey, 11:48; 12:20  
 Ottawa Citizen, 7:52; 10:27,84; 11:49; 12:10,41-3,52,56,63-4,68, 79-80,82; 13:18; 14:32  
 Ottawa Sun, 13:18; 16:10  
 Petits journaux communautaires, 9:22-3; 10:11,34; 11:16,48,50; 12:14,18,25; 16:49  
 Power Corporation, 8:35; 9:37,42-3,45; 12:20,30-1,70

- Community newspapers, 9:22-3; 10:11,34; 11:16,48,50; 12:14,18,25; 16:49
- Conseil de presse de Québec, 8:45; 16:26
- Dailies, 11:41; 12:6-7,11-2,17; 13:23,39,59; 15:6,13,16-8,26; 16:7, 11,27,29,33,36,38-9,44-5,50
- Daily News, The, 16:34,44
- Le Devoir, 8:27,29; 12:8; 15:6; 16:12
- Downward circulation, 7:57; 10:7,80-1,87; 11:7,28-9,40; 12:7,10, 12-3,16,21,67; 15:18-9
- Editorial freedom, 10:50-2,54,56,58; 15:14-5
- Edmonton Journal, 10:27; 12:42
- Education of the public, 8:15-6; 12:16,75,77; 15:10,19; 16:40; 17:46
- Ethnic press, 10:11,82
- L'Évangéline, 9:45-6
- Foreign bureaus, 12:71,78
- Foreign newspaper in Canada, 7:49,69; 10:82-3
- Georgia Straight, 10:11,19
- Gesca, 9:42; 12:20; 15:6-7,26; 16:23; 16:25
- Globe and Mail, 7:9,13,22,33,50,52; 8:10-1,29; 9:8,16-7,19,40; 10:22,27-8,30,73,83; 11:11,22,41; 12:11,20,28,30,36,47,49,61,63, 70,79; 14:7,16,27,31-2; 15:18,47,66; 16:13,18,25,39
- Good and services tax, 12:10,12,25
- Hamilton Spectator, 11:5; 12:42
- Independent newspapers, 11:21,30-1; 12:72
- Independent newsrooms, 16:9,16-7,23
- Journal de Montréal, 7:59; 8:29; 13:53; 14:16; 15:7; 16:6,8,11-2, 18-9,21,23-6
- Journal de Québec, 7:59; 15:7; 16:8
- Jurisdiction, 10:51,54
- Kitchener-Waterloo Record, 12:26-7
- Libel, 10:63-74
- Local newspapers, 7:56; 10:34,83-4; 11:19,21-2,25,31,48; 12:13,18, 36; 15:18; 16:39
- Media bias, 10:32-3
- Montreal Gazette, 10:27,84; 12:33-4,41,50,66; 15:17; 16:12
- National newspaper, 11:21-3,25
- National Post, 7:22,52,69; 8:10-2,29; 9:8,10,19-20,40-1; 10:24,27-8, 73,83-4; 11:5,11,22,25; 12:24,36,39,52,56,61; 14:7,16,32,42-3; 15:18; 16:13,38; 17:64
- New Glasgow Evening News, 16:33-4
- Ontario Press Council, 12:28,34
- Osprey, 11:48; 12:20
- Ottawa Citizen, 7:52; 10:27,84; 11:49; 12:10,41-3,52,56,63-4,68, 79-80,82; 13:18; 14:32
- Ottawa Sun, 13:18; 16:10
- Owners, 7:7,10-2,18,51-2; 8:11,35; 9:17,36,44; 10:42,44,50,56,79; 11:29,35; 12:11-2,37; 13:7; 15:14-5,22; 16:36,45
- Power Corporation, 8:35; 9:37,42-3,45; 12:20,30-1,70
- Press councils, 7:18; 8:37,44-5; 10:89
- La Presse, 9:38-43; 10:55-6; 12:20; 14:16; 15:19,27; 16:12,21,23, 25
- Profitability, 11:38; 12:24,56,71; 15:10
- Public trust, 12:51-2,61,67
- Regina Leader Post, 15:18; 16:39
- Role of the press, 10:35-8,44-6,59; 15:10
- Sing Tao Daily, 10:11,16
- Le Soleil, 10:55; 12:20; 15:26-7
- Southam Newspapers, 7:8,18,48; 9:8,15,43; 11:5; 12:12-3,28-9,33-4, 41-5,48-51,54-6,58-60,68-70,75-6,80
- St.-John's Evening Telegram, 16:32-3
- Sun Media, 16:36,50
- Thompson Newspapers, 7:48; 10:79; 12:34; 14:27
- Toronto Star, 7:52; 8:11; 9:8,22,40; 10:27-8,69,73,83-4; 11:5-6,23, 29,48-9; 12:8,11,16,20,24-5,66,68-9,79; 14:7; 17:66-7
- Toronto Sun, 8:11; 10:11; 14:7,10; 15:7; 16:9; 17:66
- La Tribune de Sherbrooke, 12:20; 16:23,44
- Urban and rural centres, 12:58-9
- Vancouver Province, 10:19; 12:36,55,57
- Vancouver Sun, 10:16,19,27,74,84; 12:36,41,55-7
- Victoria Times Colonist, 12:36,55
- Weeklies, 11:21,25; 12:17,25,37,56; 13:39; 15:6-7,13; 16:6-7,29,33, 41,45,50
- Newsworld International, 15:53-4,59
- La Presse, 9:38-43; 10:55-6; 12:20; 14:16; 15:19,27; 16:12,21,23, 25
- Presse canadienne, 7:13; 9:34,39-40; 10:73; 11:5,17-8,22; 12:28,41; 14:27; 15:7; 16:42,51-2
- Presse ethnique, 10:11,83
- Propriétaires, 7:7,10-2,18,51-2; 8:11,35; 9:17,36,44; 10:42,44,50,56, 79; 11:29,35; 12:11-2,37; 13:7; 15:14-5,22; 16:36,45
- Quotidien national, 11:21-3,25
- Quotidiens, 11:41; 12:6-7,11-2,17; 13:23,39,59; 15:6,13,16-8,26; 16:7,11,27,29,33,36,38-9,44-5,50
- Quotidiens étrangers au Canada, 7:49,69; 10:82-3
- Quotidiens indépendants, 11:21,30-1; 12:72
- Quotidiens locaux, 7:56; 10:34,83-4; 11:19,21-2,25,31,48; 12:13,18, 36; 15:18; 16:39
- Recettes publicitaires, 12:7,24
- Regina Leader Post, 15:18; 16:39
- Rentabilité, 11:38; 12:24,56,71; 15:10
- Rôle d'éducation du public, 8:15-6; 12:16,75,77; 15:10,19; 16:40; 17:46
- Rôle de la presse, 10:35-8,44-6,59; 15:10
- Salles de rédaction indépendantes, 16:9,16-7,23
- Sing Tao Daily, 10:11,16
- Le Soleil, 10:55; 12:20; 15:26-7
- Southam Newspapers, 7:8,18,48; 9:8,15,43; 11:5; 12:12-3,28-9,33-4, 41-5,48-51,54-6,58-60,68-70,75-6,80
- Sun Media, 16:36,50
- Taxe sur les produits et services, 12:10,12,25
- Thomson Newspapers, 7:48; 10:79; 12:34
- Toronto Star, 7:52; 8:11; 9:8,22,40; 10:27-8,69,73,83-4; 11:5-6,23, 29,49; 12:8,11,16,20,24-5,66,68-9,79; 14:7; 17:66-7
- Toronto Sun, 8:11; 10:11; 14:7,10; 15:7; 16:9; 17:66
- Transcontinental inc., 11:48; 15:6-7
- La Tribune de Sherbrooke, 12:20; 16:23,44
- Vancouver Province, 10:19; 12:36,55,57
- Vancouver Sun, 10:16,19,27,74,84; 12:36,41,55-7
- Victoria Times Colonist, 12:36,55
- Quotidiens des États-Unis
- American Press Institute, 11:12,15
- Associated Press, 10:73; 12:30
- New York Times, 7:52,66; 9:35-6; 10:24,73,81-2,86-8; 12:27,77-8; 14:27; 16:19; 17:43
- Wall Street Journal, 7:52; 14:27
- Washington Post, 7:52,66; 9:35; 12:48
- Radiocommunication, Loi, 17:13,20,42
- Radiodiffusion, industrie, 7:23; 10:62; 12:8,15; 13:19-20,48; 16:35; 17:75-7
- Radiodiffusion, Loi, 7:5,28; 8:35,47; 10:49,53,60; 12:31; 13:8,10-1,20 29,34,40-1,48-9,51
- Rapport Davey, 7:5,7,45; 10:10; 12:31
- Réseau TVA, 7:59; 8:29,42,45; 13:7,20,30,43,45; 15:6,34-5; 16:8-9, 11,13,16-8,23; 17:43
- Réseaux éducatifs provinciaux, 7:24; 14:30
- Rogers Communications Inc.
- Rogers Cable, 14:5,15,20,28; 17:21
- Rogers Media, 7:42,58; 14:5-9,15,23,25-7,29; 15:17; 16:44; 17:13, 60,64,68
- Rogers Wireless, 14:5,21,28
- Ryerson University, 9:5,20-1
- Service canadien d'évaluation statistique, 10:23,29-31
- Shaw Communications, 17:5,30,32,58,60
- Société Radio-Canada
- Anne, la maison aux pignons verts, 7:29-30
- Budget, 7:29,62; 8:22,41; 10:11,81; 12:45,59; 14:31,33,35,37, 45-6; 15:25,31-2,35-9,42,47-8,50-1,54-5,58,68,75,77-9,81; 17:72
- Canada: Une histoire populaire, 7:22; 14:40,55,62
- Chaîne culturelle, 8:25; 15:36,40
- Conflit au Moyen-Orient, 7:48,63-4,66; 10:22; 11:91; 12:54,65; 14:32,40-2,54; 15:16,26,34-5,37,54,59,63,70-2,78
- Contenu canadien, 9:41; 14:51; 17:48
- Création, 12:42-3
- Émissions pour enfants, 7:38; 8:8; 14:40; 15:46,55
- Journal national, 7:34-5,39-40; 8:9-10,27,43-4,56; 9:16,41-2; 10:20-1,39-40,85; 11:10-1; 12:32,47-8
- Journaliste du service public, 7:67-8

- North America Free Trade Agreement, **12:45; 13:36**  
 Our Public Airwaves, **14:29,34,36-7,54**  
 Pew Center for Press and the Public, **11:7,12**  
 Privacy Commissioner, **7:10,13**  
 Project of the New American Century, **12:48-9,53**  
 Provincial educational networks, **7:24; 14:30**  
 Public education, **10:13; 17:23-4**  
 Quality and quantity of information of the medias, **7:60-2,66**  
 Quebecor Inc., **7:50,53,56,59-60; 8:35,53; 10:55-6; 11:42-3; 12:12,17, 20,22,24,67; 13:45,53,58; 15:6-7,34; 16:5,7,10-2,15-6,21-2,24-7,44, 50**  
 Quebecor Media, **16:8-9,15,21-2,24**  
 Quebecor World, **16:6,8-9,15,21**  
 Radio Communications Act, **17:13,20,42**  
 Radio stations  
   AM, **17:7-10,14,16,18,77**  
   Broadcasting license, **17:55-7,77**  
   Finance, **17:8,10,14,16,22**  
   FM, **17:7,9-10,16,42,77**  
   Growth, **17:33,44**  
   Local programming, **11:25,44,47,68; 17:6,8-10,17-8,29,36**  
   Owners, **17:32,36-8,43,77-8**  
 Right of public to information, **15:21,23,27**  
 Rogers Communications Inc.  
   Rogers Cable, **14:5,15,20,28; 17:21**  
   Rogers Media, **7:42,58; 14:5-9,15,23,25-7,29; 15:17; 16:44; 17:13, 60,64,68**  
   Rogers Wireless, **14:5,21,28**  
 Royal Commission on Newspapers, **7:5-7,9-12,45,47; 10:19; 12:31**  
 Royal Commissions and the media, **8:5-6**  
 Ryerson University, **9:5,20**  
 Self-regulation of the media, **8:39-40**  
 Shaw Communications, **17:5,30,32,58,60**  
 Société Radio-Canada  
   Advertising revenues, **7:37-8; 14:38**  
   Anne, la maison aux pignons verts, **7:29-30**  
   Budget, **7:29,62; 8:22,41; 10:8,11,81; 12:45,59; 14:31,33,35,45-6; 15:25,31-2,35-9,42,47-8,50-1,54-5,58,68,75,77-9,81; 17:72**  
   Canada: Une histoire populaire, **7:22; 14:40; 15:55,62**  
   Canadian content, **9:41; 14:51; 17:48**  
   Chaîne culturelle, **8:25; 15:36,40**  
   Chairman, **14:43-5,49**  
   Childrens' programs, **7:38; 8:8; 14:40; 15:46,55**  
   Creation, **12:42-3**  
   International news, **12:73-4; 15:78-80**  
   Journalists, **9:21-2,28; 10:9; 11:14,18; 15:33,35,47-8,53-4,58,62-3, 68-72,75-6; 16:52**  
   Mandate, **7:35-8,61-2,70; 8:30-1,42; 9:8; 10:12; 14:39; 15:39-40**  
   Middle East conflict, **7:48,63-4,66; 10:22; 11:29; 12:54,65; 14:32, 40-2,54; 15:16,26,34-5,37,54,59,63,70-2,78**  
   National newspaper, **7:34-5,39-40; 8:9-10,27,43-4,56; 9:16,41-2; 10:20-1,39-40,85; 11:10-1; 12:32,47-8**  
   News **7:14,16,19,29-30,63-5; 8:28-9,31; 10:11,29; 14:42; 15:14, 21,38-40,60,62-5,67-70,78; 17:11,44,70**  
   Ombudsman, **9:11; 10:16-7; 15:41,49-50,74; 16:23**  
   Première chaîne, **8:25; 15:34,64**  
   Programming, **7:35-43; 8:8,22-3,41; 9:44; 14:34,45,48; 15:35,40, 42-8,50-1,53-5,58-9,64-5,73,77,79**  
   Public service journalist, **7:67-8**  
   Radio-Canada International, **15:54,59**  
   Réseau de l'information, **7:5; 8:31; 13:42; 15:37,54,63,65,78**  
   La soirée du hockey, **7:41; 14:47**  
   Spectators, **8:25; 9:11,14; 10:16; 11:11-2; 15:45-7**  
   Sports, **7:29; 14:38,46-7,49**  
   Le Téléjournal, **8:31; 15:33,59**  
 South African Broadcasting Corporation, **8:19-20; 9:12**  
 Supreme Court of Canada, **10:53,68; 13:25**  
 Technological changes  
   Cellular phone, **15:56-7; 17:33-4**  
   Internet, **7:5,11,13,15,19,27,30-1,46-7,56,61,65,67-8; 8:10,15,17-8, 35,38,43-4,47; 9:5,11,34-5,46; 10:6-8,11,14-5,17-8,20-1,23-4,29, 34,41-2,55,63,70-1,80-2,87-9; 11:5,11-2,32,34,40-1,45-6; 12:16-7, 24,26-7,33,37,56-7,59,61-3; 13:28,31,51,53,57; 14:5,7,15,22-3,27, 50; 15:7,25-6,28-9,47,49,56,65; 16:8,13,18-20,24,30-1,41; 17:13, 20-1,33,39,43,49,74**  
   Journalistes, **9:21-2,28; 10:9; 11:14,18; 15:33,35,47-8,53-4,58,62-3, 68-72,75-6; 16:52**  
   Mandat, **7:35-7,61-2,70; 8:30-1,42; 9:8; 10:12; 14:39; 15:39-40**  
   Nouvelles, **7:14,16,19,29-30,63-5; 8:28-9,31; 10:11,29; 14:42; 15:14, 21,38-40,60,62-5,67-70,78; 17:11,44,70**  
   Nouvelles internationales, **12:73-4; 15:78-80**  
   Ombudsman, **9:11; 10:16-7; 15:41,49-50,74; 16:23**  
   Première chaîne, **8:25; 15:34,64**  
   Président, **14:43-5,48-9**  
   Programmation, **7:35-43; 8:8,22-3,41; 9:44; 14:34,45,48; 15:35,40, 42-8,50-1,53-5,58-9,64-5,73,77,79; 17:43**  
   Publicité, **7:37-8; 14:38**  
   Radio-Canada International, **15:54,59**  
   Réseau de l'information, **7:5; 8:31; 13:42; 15:37,54,63,65,78**  
   La soirée du hockey, **7:41; 14:47**  
   Spectateurs, **8:25; 9:11,14; 10:16; 11:11-2; 15:45-7**  
   Sports, **7:29; 14:36,46-7,49**  
   Le Téléjournal, **8:31; 15:33,59**  
 South African Broadcasting Corporation, **8:19-20; 9:12**  
 Stations de radio  
   AM, **17:7-10,14,16,18,77**  
   Croissance, **17:33,44**  
   Finance, **17:8,10,14,16,22**  
   FM, **17:7,9-10,16,42,77**  
   Licence de radiodiffusion, **17:55-7,77**  
   Programmation locale, **11:25,44,47,68; 17:6,8-10,17-8,29,36**  
   Propriétaires, **17:32,36-8,43,77-8**  
 Système de justice pénale pour les adolescents, Loi, **10:76-7**  
 Télé-Québec, **15:6,56**  
 Télécommunications, **13:19-20; 14:7-8,14,22; 17:15,33,43,58**  
 Télécommunications, Loi, **8:47; 13:51**  
 Téléfilm Canada, **7:25; 8:52; 12:45; 13:49; 14:49**  
 Télévision  
   Antennes paraboliques illégales, **17:19-20,53**  
   Astral-Télémedia, transaction, **13:7,20,30,34,46; 16:10**  
   Cablodistribution, **7:42; 10:7-8; 13:31,42-4; 14:7,13,52,20-2,25,50;**  
   Chaines spécialisées, **7:5,24,42-3,60; 8:9; 12:8; 13:56; 17:45,49,62, 68-9**  
   Émissions canadiennes, **7:22-3; 11:43,48; 12:30; 14:33-5,49,51; 15:40,45; 17:36,47-9,54,61**  
   Fonds canadien de télévision, **9:27; 15:42-3; 17:13,36,48,60-1**  
   Notions économiques, **7:20-1**  
   Production indépendante de Renegadz, **9:26-30**  
   Radiodiffusion publique, **7:23-31,33,35-42,57,59-65,67-70; 8:7-9,21, 23-6,29-30,33,41-2,45; 9:12,16,19,21,31; 10:7-8,13,16-7,81-2,85; 12:59; 14:30,33,35-7,40-1,47,53; 15:6-7,25,31-6,38,40-1,44,51-2, 55,64,76-8; 17:43,48**  
   Résultats opérationnels avant intérêts, **11:37,39,44-5,49**  
   Télespectateurs, **17:70-1,76**  
   Télévision à haute définition, **7:61; 17:33**  
   Télévision commerciale, **7:20-1,23,29,33-4; 8:35**  
   Télévision conventionnelle, **11:33-4,37,50; 12:8; 17:49,54,68,70**  
   Télévision locale, **11:25; 13:31; 17:67-70**  
   Télévision numérique, **7:26-7; 11:35,38,40-1; 13:31,57; 14:7; 15:7; 17:6,11,15,33,42,61-2,74**  
   Télévision par satellite, **7:5; 10:62,80; 13:31; 15:7; 17:58**  
   Télévision payante, **11:33; 17:6,11,54,74**  
   Télévision privée, **7:24,28-9,37,68; 8:9,21,25,29,43,45; 9:9,12-4, 19; 10:7-8,13,16-7; 13:41; 14:36,40,53; 15:31-2,35,77-8; 16:6; 17:43-4,47-8,54,60**  
   Télévision publique, **7:23-5,28-9,36-40,42,59,61,63,68; 8:7,21,23-6, 29-30,33,41-2,45; 9:12,16,19,21,31; 10:7-8,13,16-7,81-2,85; 12:59; 14:30,33,35-7,40-1,47,53; 15:6-7,25,31-6,38,40-1,44, 51-2,55,64,76-8; 17:43,48**  
   Vidéo sur demande, **17:33,74**  
 Télévision américaine  
   A&E, **7:30,37**  
   ABC, **8:41; 10:34,91; 11:29; 12:78; 15:37**  
   C-Span, **7:63-4; 15:54**  
   CBS, **10:34,91; 11:29; 12:78; 15:37**  
   Clear Channel, **7:57; 17:29-30**  
 CNN, **7:5,14,16,27,30,55-6,62; 8:41,45,51; 9:25; 10:81,91; 11:29, 40; 12:40,78; 14:25,28,40,54; 15:20,26,37,54,56-7, 65; 16:14,20, 51**



Printing press, 10:79-80  
 Satellites, 15:56-7,63; 17:13,33,43,53,58  
 Télé-Québec, 15:6,56  
 Telecommunications, 13:19-20; 14:7-8,14,22; 17:15,33,43,58  
 Telecommunications Act, 8:47; 13:51  
 Telefilm Canada, 7:25; 8:52; 12:45; 13:49; 14:49  
 Television  
   Astral-Télémedia, transaction, 13:7,20,30,34,46; 16:10  
   Cable television, 7:42; 10:7-8; 13:31,42-4; 14:7,13-5,20-2,25,50  
     15:7,48; 16:7,14-5,18; 17:21,32-33,36,43,58  
   Canadian programming, 7:22-3; 11:43,48; 12:30; 14:33-5,49,51;  
     15:40,45; 17:36,47-9,54,61  
   Canadian Television Fund, 9:27; 15:42-3; 17:13,36,48,60-1  
   Commercial television, 7:20-1,23,29,33-4; 8:35  
   Conventional television, 11:33-4,37,50; 12:8; 17:49,54,68,70  
   Digital television, 7:26-7; 11:35,38,40-1; 13:57; 17:5,11,15,33  
     42,61-2,74  
   Direct to home television, 7:5; 10:62,80; 13:31; 14:7; 15:7; 17:58  
   Earnings before interest, 11:37,39,44-5,49  
   Economics of television, 7:20-1  
   Fragmentation of audiences, 10:7; 11:34; 17:27-8  
   Funding for independent news and current affairs, 9:28-30  
   High definition television, 7:61; 17:33  
   Illegal dishes, 17:19-20,53  
   Independent production of Renegadz, 9:26-30  
   Local television, 11:25; 13:31; 17:67-70  
   Pay television, 11:33; 17:5,11,54,74  
   Private television, 7:24,28-9,37,68; 8:9,21,25,29,43,45; 9:9,12-4,  
     19; 10:7-8,13,16-7; 13:41; 14:36,40,53; 15:31-2,77-8; 16:6;  
     17:43-4,47-8,54,60  
   Public broadcasting, 7:23-31,33,35-42,57,59-65,67-70; 8:7-9,21,  
     23-6,29-30,33,41-2,45; 9:12,16,19,21,31; 10:7-8,13,16-7,81-2,85;  
     12:59; 14:30,33,35-7,40-1,47,53; 15:6-7,25,31-6,38,40-1,44,  
     51-2,55,64,76-8; 17:43,48  
   Public television, 7:23-5,27-9; 8:7,21,23-6,29-30,33,41-2,45; 9:12,  
     19,21; 10:7-8,13,16-7,81-2,85; 14:40; 15:25,31-6,38,40-1,44,51-2,  
     55,64,76-8; 17:43,48  
   Specialty channels, 7:5,24,42-3,60; 8:9; 12:8; 13:56; 17:45,49,62  
     68-9  
   Video on demand, 17:33,74  
   Viewers, 17:70-1,76  
 TQS, 8:42; 15:6; 16:7,9,17; 17:43  
 Transcontinental Media Inc.  
   Newspapers, 11:48; 15:6-7; 16:29-30,32-4,36-46,49-51  
   Periodicals, 16:29-31,34-5,37-8,40-2,47-50,52  
 Trustee arrangement, 7: 12,14,18  
 TV5, 13:42; 15:20,26,54,59  
 TV Ontario, 9:12; 15:55-6  
 TVA network, 7:59; 8:29,42,45; 13:7,20,30,43,45; 15:6,34-5; 16:8-9,  
   11,13,16-8,23; 17:43  
 United States newspapers  
   American Press Institute, 11:12,15  
   Associated Press, 10:73; 12:30  
   New York Times, 7:52,66; 9:35-6; 10:24,73,81-2,86-8; 12:27,77-8;  
     14:27; 16:19; 17:43  
   Wall Street Journal, 7:52; 14:27  
   Washington Post, 7:52,66; 9:35; 12:48  
 World Trade Organization, 10:86; 12:45; 16:40  
 Young Offenders Act, 10:77-8; 12:19  
 Youth Criminal Justice Act, 10:76-7

#### *Intercity Bus Service in Canada*

Appendix A: Letter from the Honourable David Collenette, 3R:63-4  
 Appendix B: Section five, Canada Transportation Act, 3R:65-6  
 Appendix C: Selected bibliography, 3R:67-8  
 Appendix D: Industry structures, 3R:69-70  
 Appendix E: User charges and a road agency, 3R:71-2  
 Appendix F: Witnesses, 3R:73-8  
 Recommendations, 3R:3,57-61  
 Text, 3R:i-iv,1-78

#### *Intercity busing industry*

Canada Transportation Act, 3R:3,16,29-31,40,59  
 Canadian Bus Association, 2:17; 3R:28,32-3  
 Canadian Transportation Act Review Panel, 3R:10,45,48

Émissions américaines au Canada, 7:64; 9:24-5; 11:43; 14:34,39,51,  
   54; 17:49,54,61  
 Fox, 7:27,63; 8:16,41,45-6; 9:17; 14:28,54; 15:54,57,78  
 MSNBC, 7:27,63; 14:6  
 MuchMusic, 7:5; 9:32; 17:45,57,62,66,68,72  
 NBC, 10:34,91; 11:29; 12:78; 15:26,37  
 PBS, 7:63,68; 8:55; 9:7,12; 10:82; 11:29; 14:53; 15:36,55  
 TQS, 8:42; 15:6; 16:7,9,17; 17:43  
 TV5, 13:42; 15:21,26,54,59  
 TV Ontario, 9:12; 15:55-6

#### **Projet de loi S-8, Loi modifiant la Loi sur la radiodiffusion**

Discussion, 1:15-49; 2:36-59; 4:6-39; 5:5-21

#### **Radiodiffusion**

Association canadienne des radiodiffuseurs, 1:16,25-9,31,40; 2:40; 5:17  
 Association des consommateurs du Canada, 1:19,46  
 Attribution des dépens, 2:38-43,45-51,54-5,57-8; 4:9,11,15,17-8,21,  
   23-4,27-30,32-4; 5:16-7  
 Bell Canada, 4:28-9  
 British Columbia Public Interest Advocacy Centre, 1:19; 2:43,50  
 Câblodistribution  
   Association canadienne de télévision par câble, 1:16,27,31  
   Hausse de tarif, 1:19,21,32; 2:37-8,42,45,52; 4:8,16-7  
   Île-du-Prince-Édouard, 4:11-2  
 Centre pour la défense de l'intérêt public, 2:36-7,46,50,54; 4:13,15,17,  
   30  
 CNN, 4:32-3  
 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes,  
   Audiences, 1:22-6,28-30,32-3,35,37,40-1; 2:37,39-46,49,53-9;  
     4:7,11,13,20-2,24,26,29,31,33-4; 5:5-7,11-2  
   Employés, 4:26-7  
   Frais des intervenants, 1:17-21,33,38; 2:44,52,57; 4:11-2,14,17-20,  
     25,28-30; 5:6  
   Instances de radiodiffusion, 5:5-8,12  
   Instances de télécommunications, 5:5-7,8  
   Renouvellement des licences, 1:29,31-3,35,37-9; 2:42-3,47,52,57;  
     4:16,25,30-1,34; 5:6,9,18  
   Responsabilité, 1:16-9; 4:22  
 CTV, 4:34; 5:12,17  
 Droits de licence de radiodiffusion, 1:26,29,32,37  
 Financement  
   Consommateurs, 1:18; 2:56-7  
   Intervenants, 1:22,25,27-9,32-3,36-7,40-1,46; 2:48; 4:10-1,18-9,30;  
     5:5-10,16  
   Groupes de défense des consommateurs, 1:24; 2:46,53  
   Organisation nationale anti-pauvreté, 1:19; 2:43,46,49; 4:6,9-11  
   Participation du public, 1:30,39-40,42  
   Patrimoine canadien, ministère, 1:20,22,30; 2:39; 4:22; 5:5-6,10-1  
   Projet de loi S-7 (1<sup>re</sup> session, 37<sup>e</sup> Parlement), discussion, 1:15-6,25,31,  
     37-8,41,44,46; 2:36,39; 4:18,21; 5:5,12  
   Public Interest Law Centre, 1:19-20,22  
   Radiodiffuseurs privés, 5:7,9,11,18  
   Radiodiffuseurs publics, 5:9,11,18  
   Radiodiffusion, Loi, 2:39; 4:8,12-3,16-9,22,24; 5:7,11-2,14,16  
   Saskatchewan Association of Broadcasters, 1:23-4  
   Service téléphonique, 4:7,15  
   Société canadienne du cancer, 2:46-7  
   Société Radio-Canada, 1:16,26-8,36-43,45,47; 2:40,43,52; 4:11,28-39;  
     5:6-7,9-10,12,16-9  
   Syndicat canadien des communications, de l'énergie et du papier, 4:15-6  
   Télécommunications, Loi, 1:17-8,21; 2:39-40,48-9,58; 4:7,12-3,18,20,  
     24,30  
   Telecommunications Workers Union, 2:59; 4:14-5  
   Télévision numérique, 1:24,33  
   Union des consommateurs, 2:36,53-4,56-7

**Transport (Le) par autocar au Canada (Le)**  
 Annexe A: Lettre de l'honorable David Collenette, 3R:63-4  
 Annexe B: Article cinq de la Loi sur les transports au Canada, 3R:65-6  
 Annexe C: Bibliographie choisie, 3R:67-8  
 Annexe D: Structure du secteur, 3R:69-70  
 Annexe E: Frais d'utilisation et agence des routes, 3R:71-2  
 Annexe F: Témoins, 3R:73-8  
 Recommandations, 3R:3,57-61

- Canadian Transportation Agency, **3R**:16,41  
 Cross-subsidization, **3R**:12,15,23,29,31-33,35,40,44,53,55,57-8  
 Deregulation  
   Airline industry, 2:21; **3R**:30  
   Bus industry, 2:20-2,26; **3R**:13,16,20,23-4,31,35,40,44-5,48,52-3, 57  
   Canada, 2:21-2  
   Trucking industry, **3R**:12,15,21,30,45,52-3,57,60  
   United Kingdom, 2:22,29; **3R**:11  
   United States, 2:22,29; **3R**:11  
 Economic deregulation, **3R**:13-6,20,23-4,34-5,44,51-3,60  
 Economic regulation, **3R**:3,10-6,23-4,27,30-2,34-8,57  
 Environmental benefits, **3R**:3,6-7,46-9,55,60  
 Federal passenger policy, 2:19,22; **3R**:31  
 Fuel tax, **3R**:48,55-6  
 Kyoto Protocol, 2:22,32,35; **3R**:3,60  
 Motor Vehicle Transport Act 1987, **3R**:12,20-1,30,32,36,42,51-2,54,57  
 National Safety Code, 2:28-9; **3R**:3,21-2,38,42,51,59  
 Pacific Western Transportation, **3R**:18,30,33,44  
 Parcel services, 2:17-8,30,33; **3R**:55  
 Provinces  
   Alberta, 2:29,33; **3R**:16,34,36  
   British Columbia, **3R**:16,32,34  
   Manitoba, 2:33; **3R**:16  
   New Brunswick, 2:23,29; **3R**:16  
   Nova Scotia, **3R**:32,37,53  
   Ontario, 2:29,33; **3R**:16,32,34,36-7  
   Prince Edward Island, 2:29; **3R**:53  
   Quebec, 2:24; **3R**:16,32,34,39  
   Saskatchewan, 2:33; **3R**:16  
 Ridership  
   Decline, 2:22,28,30,32; **3R**:9-10,23,25-6,30,35,51-2  
   Fares, 2:18; **3R**:6,15-7,29,33-4,37,40,48,60  
   Go Transit, 2:31; **3R**:41  
   Handicapped, **3R**:3,6,40-1,58-9  
   Profitable and unprofitable routes, 2:23-4; **3R**:15,32,35  
   Rural service, 2:34; **3R**:3,5-7,10-1,18,32-3,35,37,40,52-4,58  
   Safety, 2:23,25,28; **3R**:6,42,53-4,59  
   Youth, **3R**:5,23,28  
 Royal Commission on National Passenger Transportation, **3R**:25,41,47-8  
 Safety regulations, **3R**:12-3,15,21-2,42,51,59  
 Sectorial classification  
   Charter, 2:24,33; **3R**:9,17,19-20,43-4,53  
   Scheduled, 2:18-21,28; **3R**:16,18-9,25,28,44,53,55  
   School, 2:17; **3R**:17  
 Solidarité rurale du Québec, **3R**:16,29,32  
 Statistics Canada, 2:19,31; **3R**:25-6,40  
 Transport  
   Airplane, 2:25-7,35; **3R**:16,27-8,30,39,46-7,52,55  
   Automobile, 2:26; **3R**:5,26-7,46-8,52,55-6,60  
   Bus, 2:17-33; **3R**:3,5-7,9-49,51-61  
   Ferry, **3R**:38,40,55  
   Rail, 2:20,25-7,35; **3R**:16,27,30-1,39-40,46-7,52,55,60  
   Van, 2:20-1,32; **3R**:3,6,24,29,33,35-8,42,48,53,59  
 Transport companies  
   Greyhound, **3R**:14,18-9,31  
   Laidlaw, **3R**:18-9,43  
   Orléans Express, 2:17,21,23  
 Transport Department, 2:19,22,30; **3R**:11,19,21,25-8,33-4,39,46-8,55  
 Via Rail, 2:20,35; **3R**:31,39-40,55  
 Textes, **3R**:i-iv, 1-78  
**Transport urbain par autocar, industrie**  
 Association canadienne de l'autobus, 2:17, **3R**:28,32-3  
 Avantages écologiques, **3R**:3,6-7,47-50,55,60  
 Classification sectorielle  
   Services de nolisement, 2:24,33; **3R**:9,18,20,44-6,53  
   Services réguliers, 2:18-21,28; **3R**:16,19-20,25,28,45-6,53,55  
   Transport scolaire, 2:17; **3R**:18  
 Code national de sécurité, 2:28-9; **3R**:3,21-2,39,43-4,51,60  
 Comité d'examen de la Loi sur les transports au Canada, **3R**:10,46  
 Commission royale sur le transport des voyageurs au Canada, **3R**:25,42,48,50  
 Compagnies de transport  
   Greyhound, **3R**:14,18,20,32  
   Laidlaw, **3R**:18-9,44  
   Orléans Express, 2:17,21,23  
 Déréglementation  
   Canada, 2:21-2  
   États-Unis, 2:22,29; **3R**:11  
   Industrie de l'autocar, 2:20-2,26; **3R**:13,16,20,23-4,32,35,41,45-6, 49,52-4,57  
   Industrie du camionnage, **3R**:12,15,21,31,46,52-3,57,60  
   Royaume-Uni, 2:22,29; **3R**:11  
   Transport aérien, 2:21; **3R**:30  
 Déréglementation économique, **3R**:13-6,20,23-4,35,45,51-3,60  
 Interfinancement, **3R**:12,15,23,29,32-3,35-6,41,45,53,55,57-8  
 Nombre de voyageurs  
   Aînés, **3R**:5,23,28,54  
   Déclin, 2:22,28,30,32; **3R**:5,9-10,25-6,30,35,51-2  
   Go Transit, 2:31; **3R**:41  
   Handicapés, **3R**:3,6,42-3,58-9  
   Jeunes, **3R**:5,23,28  
   Sécurité, 2:23,25,28; **3R**:6,43-4,53-4,59  
   Service rural, 2:34; **3R**:3,5-7,10-1,18,33,35,37,41,52-5,58  
   Tarifs, 2:18; **3R**:6,15-7,29,34-6,38,41,49,60  
   Trajets rentables et non-rentables, 2:23-4, **3R**:15,32,35  
 Normes de sécurité, **3R**:12-3,16  
 Office des transports du Canada, **3R**:16,42  
 Pacific Western Transportation, **3R**:19,30,34,45  
 Politique fédérale relative au transport des passagers, 2:19,22; **3R**:31  
 Protocole de Kyoto, 2:22,32,35; **3R**:3,60  
 Provinces  
   Alberta, 2:29,33; **3R**:16,35,37  
   Colombie-Britannique, **3R**:16,32,35  
   Île-du-Prince-Édouard, 2:29; **3R**:53  
   Manitoba, 2:33; **3R**:16  
   Nouveau-Brunswick, 2:23,29; **3R**:16  
   Nouvelle-Écosse, **3R**:32,38  
   Ontario, 2:29,33; **3R**:16,32,34,36-8  
   Québec, 2:24; **3R**:16,32,35,40  
   Saskatchewan, 2:33; **3R**:16  
 Réglementation économique, **3R**:3,10-6,23-4,27,30,35,38,57  
 Sociétés de messagerie des colis, 2:17-8,30,33,55  
 Solidarité rurale du Québec, **3R**:17,29,33  
 Statistiques Canada, 2:19,31; **3R**:25-6,41  
 Taxe sur le carburant, **3R**:49,55-6  
 Transport  
   Autocar, 2:17-33; **3R**:3,5-7,9-61  
   Automobile, 2:26; **3R**:5,26-7,47-50,52,55-6,60  
   Avion, 2:25-7,35; **3R**:17,27,29-30,40,48,52,56  
   Fourgonnette, 2:20-1,32; **3R**:3,6,24,29,34,37-8,43-4,49,59  
   Train, 2:20,25-7,35; **3R**:17,40,48,52,55,60  
   Traversier, **3R**:40-1,55  
 Transports, ministère, 2:19,22,30; **3R**:11,20,22,25-8,34-5,40,47-50,55  
 Transports au Canada, Loi, **3R**:3,17,30,42,59  
 Transports routiers, Loi de 1987, **3R**:12,21-2,30-2,37,43-4,51-2,54,57  
 Via Rail, 2:20,35; **3R**:31,40-1,55

## WITNESSES AND ADVISERS

**Bernier, Marc-François**, Professor, Department of Communications,  
 University of Ottawa (Personal presentation)  
 Canadian media industries, 8:34-46

## TÉMOINS ET CONSEILLERS

**Bernier, Marc-François**, professeur, Département des communications,  
 Université d'Ottawa (présentation personnelle)  
 Industries de médias canadiennes, 8:34-46

**Bombardier, Denise**, journalist and author (Personal presentation)  
Canadian media industries, 8:21-33

**Burman, Tony**, Editor in Chief, CBC News, Current Affairs and Newsworld, CBC Radio, TV and cbc.ca, Canadian Broadcasting Corporation  
Canadian media industries, 15:59-61,66-9,72-81

**Cameron, Jamie**, Professor, Osgoode Hall Law School, York University (Personal presentation)  
Canadian media industries, 10:34-48

**Caplan, Gerald**, former Co-Chair, Task Force on Broadcasting Policy (Personal presentation)  
Canadian media industries, 7:61-5,68,70

**Carlin, Vince**, Chair and Associate Professor, School of Journalism, Ryerson University (Personal presentation)  
Canadian media industries, 9:5-24

**Carlson, Ron**, Administrative Vice-President, Communications, Energy and Paperworkers Union of Canada, Telecommunications Workers Union  
Bill S-8, 4:16-7,20

**Casey, Tim**, Managing Director, Media and Entertainment, BMO Nesbitt Burns (Personal presentation)  
Canadian media industries, 11:36-50

**Cassaday, John M.**, President, Chief Executive Officer, Corus Entertainment Inc.  
Canadian media industries, 17:5-7,12-34,36-41

**Cody-Rice, Edith**, Senior Legal Counsel, Canadian Broadcasting Corporation  
Bill S-8, 1:39,42; 4:34-5

**Crawford, Sarah**, Vice-President, Public Affairs, CHUM Ltd.  
Canadian media industries, 17:46-7,50-2,62-3,72

**Dalfen, Charles**, Chairperson, Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission  
Canadian media industries, 13:29-59

**Davey, Clark**, Former newspaper publisher (Personal presentation)  
Canadian media industries, 12:50-3,56-8,60-4,66-8

**Dornan, Christopher**, Director, School of Journalism and Communication, Carleton University (Personal presentation)  
Canadian media industries, 8:5-21

**Engelhart, Ken**, Vice-President, Regulatory Law, Rogers Communications Inc.  
Canadian media industries, 14:13-5,17,20-2

**Finestone, Hon. Sheila**, Former senator  
Bill S-8, 1:17-26

**Goldstein, David**, Vice-President, Government Relations, Canadian Association of Broadcasters  
Bill S-8, 1:29-30

**Halupa, Paulette**, Second Vice-President, National Anti-Poverty Organization  
Bill S-8, 4:11-2

**Hayes, John P.**, President, Corus Radio, Corus Entertainment Inc.  
Canadian media industries, 17:7-10,17-8,24-5,29-30,36-8

**Heyde, Till**, Clerk of the Committee  
Acting Chairman, Hon. Corbin, 16:4,28  
Bill S-8, 1:48; 5:19  
Budget 2003-04, 6:22  
Busing study budget, 2:15-6

**Bombardier, Denise**, journaliste et auteure (présentation personnelle)  
Industries de médias canadiennes, 8:21-33

**Burman, Tony**, rédacteur en chef, CBC News, Current Affairs et Newsworld, CBC Radio, TV et cbc.ca, Société Radio-Canada  
Industries de médias canadiennes, 15:59-61,66-9,72-81

**Cameron, Jamie**, professeure, Faculté de droit Osgoode Hall, York University (présentation personnelle)  
Industries de médias canadiennes, 10:34-48

**Caplan, Gerald**, ancien coprésident, Groupe de travail sur la politique de radiodiffusion (présentation personnelle)  
Industries de médias canadiennes, 7:61-5,68,70

**Carlin, Vince**, président et professeur agrégé, École de journalisme, Ryerson University (présentation personnelle)  
Industries de médias canadiennes, 9:5-24

**Carlson, Ron**, vice-président administratif, Syndicat canadien des communications, de l'énergie et du papier, Telecommunications Workers Union  
Projet de loi S-8, 4:16-7,20

**Casey, Tim**, directeur général, Médias et divertissement, BMO Nesbitt Burns (présentation personnelle)  
Industries de médias canadiennes, 11:36-50

**Cassaday, John M.**, président, chef de la direction, Corus Entertainment Inc.  
Industries de médias canadiennes, 17:5-7,12-34,36-41

**Cody-Rice, Edith**, première conseillère juridique, Société Radio-Canada  
Projet de loi S-8, 1:39,42; 4:34-5

**Crawford, Sarah**, vice-présidente, Affaires publiques, CHUM Ltd.  
Industries de médias canadiennes, 17:46-7,50-2,62-3,72

**Dalfen, Charles**, président, Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes  
Industries de médias canadiennes, 13:29-59

**Davey, Clark**, ancien éditeur de journaux (présentation personnelle)  
Industries de médias canadiennes, 12:50-3,56-8,60-4,66-8

**Dornan, Christopher**, directeur, École de journalisme et de communication, Carleton University (présentation personnelle)  
Industries de médias canadiennes, 8:5-21

**Engelhart, Ken**, vice-président, Réglementation, Rogers Communications Inc.  
Industries de médias canadiennes, 14:13-5,17,20-2

**Finestone, honorable Sheila**, ancienne sénatrice  
Projet de loi S-8, 1:17-26

**Goldstein, David**, vice-président, Relations extérieures, Association canadienne des radiodiffuseurs  
Projet de loi S-8, 1:29-30

**Halupa, Paulette**, deuxième vice-présidente, Organisation nationale anti-pauvreté  
Projet de loi S-8, 4:11-2

**Hayes, John P.**, président, Corus Radio, Corus Entertainment  
Industries de médias canadiennes, 17:7-10,17-8,24-5,29-30,36-8

**Heyde, Till**, greffier du Comité  
Budget 2003-04, 6:22  
Budget concernant l'étude des autocars, 2:15-6  
Budget proposé, études législatives 2002-2003, 2:15-6  
Président suppléant, honorable Corbin, 16:4,28  
Projet de loi S-8, 1:48; 5:19



Draft budget, legislative work 2002-03, 2:15-6  
 Organization meeting, 1:10,15

**Horan, Andrea**, Communications and Media Analyst, Westwind Partners (Personal presentation)  
 Canadian media industries, 11:33-6,41-50

**Janigan, Michael**, Executive Director, Public Interest Advocacy Centre  
 Bill S-8, 2:37-8,41-53

**Jorré, Gaston**, Acting Commissioner of Competition, Competition Bureau, Industry Department  
 Canadian media industries, 13:5-27

**Kent, Tom**, Fellow School of Policy Studies, Queen's University at Kingston, former Chair, Royal Commission on Newspapers (Personal presentation)  
 Canadian media industries, 7:7-19

**Kohl, Peter**, Personal presentation  
 Canadian media industries, 12:28-40

**Kothawala, Anne**, President, Chief Executive Officer, Canadian Newspaper Association  
 Canadian media industries, 12:5-28

**Lacombe, A.R.(Tony)**, Director General, Broadcasting Operations, Canadian Radio-television and Telecommunications Commission  
 Bill S-8, 4:22,24-6

**Lalonde, Linda**, President, National Anti-Poverty Organization  
 Bill S-8, 4:6-11

**Landry, Roger D.**, former Publisher of La Presse (Personal presentation)  
 Canadian media industries, 9:34-46

**Langis, Sylvain**, President, Chief Executive Officer, Groupe Orléans Express Inc.  
 Intercity busing industry, examination, 2:17-33

**Lapointe, Kirk**, Personal presentation  
 Canadian media industries, 11:5-32

**Lavoie, Luc**, Executive Vice-President, Corporate Affairs, Quebecor  
 Canadian media industries, 16:5-27

**Lewis, Arthur**, Director General, Our Public Airwaves  
 Canadian media industries, 14:30-54

**Lind, Philip B.**, Vice-Chairman, Rogers Communications Inc.  
 Canadian media industries, 14:5-8,10,12,14-5,17,19-21,23,25-6,28-9

**Logan, Donna**, Director, School of Journalism, University of British Columbia (Personal presentation)  
 Canadian media industries, 10:6-22

**Luciani, Patrick**, Senior Fellow, Fraser Institute  
 Canadian media industries, 10:27-30,32

**Maule, Christopher**, Distinguished Research Professor, Department of Economics, Norman Paterson School of International Affairs, Carleton University (Personal presentation)  
 Canadian media industries, 10:78-91

**McNair, Kathleen**, Vice-President, Corporate and Regulatory Affairs, General Counsel, Corus Entertainment Inc.  
 Canadian media industries, 17:20,22,26,28-9,36-7

**Miller, Peter**, Vice-President, Planning and Regulatory Affairs, CHUM Ltd.  
 Canadian media industries, 17:56-7,61,73

Réunion d'organisation, 1:10,15

**Horan, Andrea**, analyste des communications et des médias, Westwind Partners (présentation personnelle)  
 Industries de médias canadiennes, 11:33-6,41-50

**Janigan, Michael**, directeur général, Centre pour la défense de l'intérêt public  
 Projet de loi S-8, 2:37-8,41-53

**Jorré, Gaston**, commissaire intérimaire de la concurrence, Bureau de la concurrence, ministère de l'Industrie  
 Industries de médias canadiennes, 13:5-27

**Kent, Tom**, associé, École des études politiques, Queen's University at Kingston, ancien président, Commission royale d'enquête sur les quotidiens (présentation personnelle)  
 Industries de médias canadiennes, 7:7-19

**Kohl, Peter**, présentation personnelle  
 Industries de médias canadiennes, 12:28-40

**Kothawala, Anne**, présidente, directrice générale, Association canadienne des journaux  
 Industries de médias canadiennes, 12:5-28

**Lacombe, A.R. (Tony)**, directeur général, Exploitation de la radiodiffusion, Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes  
 Projet de loi S-8, 4:22,24-6

**Lalonde, Linda**, présidente, Organisation nationale anti-pauvreté  
 Projet de loi S-8, 4:6-11

**Landry, Roger D.**, ancien éditeur de La Presse (présentation personnelle)  
 Industries de médias canadiennes, 9:34-46

**Langis, Sylvain**, président, chef de la direction, Groupe Orléans Express Inc.  
 Industrie du transport interurbain par autocar, étude, 2:17-33

**Lapointe, Kirk**, présentation personnelle  
 Industries de médias canadiennes, 11:5-32

**Lavoie, Luc**, vice-président exécutif, Affaires corporatives, Quebecor  
 Industries de médias canadiennes, 16:5-27

**Lewis, Arthur**, directeur général, Nos ondes publiques  
 Industries de médias canadiennes, 14:30-54

**Lind, Philip B.**, vice-président, Rogers Communications Inc.  
 Industries de médias canadiennes, 14:5-8,10,12,14-5,17,19-21,23,25-6,28-9

**Logan, Donna**, directrice, École de journalisme, University of British Columbia (présentation personnelle)  
 Industries de médias canadiennes, 10:6-22

**Luciani, Patrick**, associé principal, Institut Fraser (présentation personnelle)  
 Industries de médias canadiennes, 10:27-30,32

**Maule, Christopher**, professeur de recherche émérite, Département d'économie Norman Paterson of International Affairs, Carleton University  
 Industries de médias canadiennes, 10:78-91

**McNair, Kathleen**, vice-présidente, Affaires commerciales et réglementation, avocate générale, Corus Entertainment Inc.  
 Industries de médias canadiennes, 17:20,22,26,28-9,36-7

**Miller, Peter**, vice-président, Planification et réglementation, CHUM Ltd.

- Mills, Russell**, Neiman Fellow, Harvard University (Personal presentation)  
Canadian media industries, 7:43-58
- Morrison, Neil**, Vice-President, Telecommunications Workers Union  
Bill S-8, 4:15-20
- Newman, Carolyn**, Independent Producer (Personal presentation)  
Canadian media industries, 9:24-6,28-33
- O'Farrell, Glenn**, President, Chief Executive Officer, Canadian Association of Broadcasters  
Bill S-8, 1:27-31,33-6
- O'Sullivan, Marc**, Director General, Broadcasting Policy and Innovation, Department of Canadian Heritage, Executive Director Broadcasting Directorate, Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission  
Bill S-8, 5:5-12,  
Canadian media industries, 13:42-3
- Petzold, Sheila**, Chair, Coordinating Committee, Our Public Airwaves  
Canadian media industries, 14:36,40,51,53
- Poulter, Shaun**, Project Manager, Government Relations, Canadian Broadcasting Corporation  
Bill S-8, 4:35
- Préfontaine, André**, President, Transcontinental Media Inc.  
Canadian media industries, 16:29-52
- Rabinovitch, Robert**, President, Chief Executive Officer, Canadian Broadcasting Corporation  
Canadian media industries, 15:34-8,40-3,45-6,48-57
- Reddick, Andrew**, Director of Research, Public Interest Advocacy Centre  
Bill S-8, 2:38-46,48-9,51-3  
Documents in one language, 2:41
- Robertson, Paul**, President, Corus Television and Nelvana, Corus Entertainment Inc.  
Canadian media industries, 17:11-2,19,34-5
- Rogers, Brian MacLeod**, Lawyer (Personal presentation)  
Canadian media industries, 10:63-78
- Roscoe, Elizabeth**, Senior Vice-President, External Affairs, Canadian Cable Television Association  
Bill S-8, 1:31-2,34-5
- Rosenzweig, Allan**, General Counsel, Telecommunications, Legal Directorate, Canadian Radio-television and Telecommunications Commission  
Bill S-8, 4:21-9
- Sagar, Peter**, Deputy Commissioner of Competition, Competition Policy Branch, Competition Bureau, Industry Department  
Canadian media industries, 13:15-6,22,24,26-8
- Saint-Jean, Armande**, Professor, Department of Literature and Communications, Université de Sherbrooke  
Canadian media industries, 15:5-30
- Saint-Laurent, Claude**, Special Advisor to the President and Chair, Journalistic Standards and Practices, Canadian Broadcasting Corporation  
Canadian media industries, 15:61-3,70-2,74-6
- Saulnier, Alain**, General Director of Information, French Radio, Société Radio-Canada  
Canadian media industries, 15:64-5,69-70,74-5
- Sauvageau, Florian**, Director, Centre for Media Studies, Université Laval, former Co-Chair, Task Force on Broadcasting Policy  
Industries de médias canadiennes, 17:56-7,61,73
- Mills, Russell**, boursier Neiman, Harvard University (présentation personnelle)  
Industries de médias canadiennes, 7:43-58
- Morrison, Neil**, président, Telecommunications Workers Union  
Projet de loi S-8, 4:15-20
- Newman, Carolyn**, productrice indépendante (présentation personnelle)  
Industries de médias canadiennes, 9:24-6,28-33
- O'Farrell, Glenn**, président-directeur général, Association canadienne des radiodiffuseurs  
Projet de loi S-8, 1:27-31,33-6
- O'Sullivan, Marc**, directeur général, Politique de la radiodiffusion et innovation, ministère du Patrimoine canadien, directeur général, Direction générale de la radiodiffusion, Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications  
Industries de médias canadiennes, 13:42-3  
Projet de loi S-8, 5:5-12,
- Petzold, Sheila**, présidente, Comité de coordination, Nos ondes publiques  
Industries de médias canadiennes, 14:36,40,51,53
- Poulter, Shaun**, chef de projet, Relations gouvernementales, Société Radio-Canada  
Projet de loi S-8, 4:35
- Préfontaine, André**, président, Médias Transcontinental inc.  
Industries de médias canadiennes, 16:29-52
- Rabinovitch, Robert**, président-directeur général, Société Radio-Canada  
Industries de médias canadiennes, 15:34-8,40-1,45-6,48-57
- Reddick, Andrew**, directeur de la recherche, Centre pour la défense de l'intérêt public  
Documents dans une seule langue, 2:41  
Projet de loi S-8, 2:38-46,48-9,51-3
- Robertson, Paul**, président, Corus Television and Nelvana, Corus Entertainment Inc.  
Industries de médias canadiennes, 17:11-2,19,34-5
- Rogers, Brian MacLeod**, avocat (présentation personnelle)  
Industries de médias canadiennes, 10:63-78
- Roscoe, Elizabeth**, vice-présidente principale, Relations extérieures, Association canadienne de télévision par câble  
Projet de loi S-8, 1:31-2,34-5
- Rosenzweig, Allan**, avocat général, Télécommunications Contentieux, Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes  
Projet de loi S-8, 4:21-9
- Sagar, Peter**, sous-commissaire de la concurrence, Direction générale de la politique, Bureau de la concurrence, ministère de l'Industrie  
Industries de médias canadiennes, 13:15-6,22,24,26-8
- Saint-Jean, Armande**, professeure, Département de lettres et de communications, Université de Sherbrooke  
Industries de médias canadiennes, 15:5-30
- Saint-Laurent, Claude**, conseiller spécial auprès du président-directeur général, et président du Comité des normes et pratiques journalistiques  
Société Radio-Canada  
Industries de médias canadiennes, 15:61-3,70-2,74-6
- Saulnier, Alain**, directeur général de l'information, radio française, Société Radio-Canada  
Industries de médias canadiennes, 15:64-5,69-70,74-5
- Sauvageau, Florian**, directeur, Centre d'études sur les médias, Université Laval, ancien coprésident du Groupe de travail sur la politique de la

- (Personal presentation)  
Canadian media industries, 7:58-61,66-70
- Sébastien, Jean**, Delegate, Union des consommateurs  
Bill S-8, 2:53-7
- Seeman, Neil**, Senior Policy Analyst, Director, Canadian Statistical Assessment Service, Fraser Institute  
Canadian media industries, 10:23-33
- Segal, Brian**, President and Chief Executive Officer, Rogers Publishing Limited  
Canadian media industries, 14:9-13,15-6,21,23,27-8
- Smith, Charly**, Independent Producer (Personal presentation)  
Canadian media industries, 9:26-31,33
- Southam, Hamilton**, Former Director of Southam Inc. (Personal presentation)  
Canadian media industries, 12:41-3,64-5
- Southam, Wilson**, Former Director of Southam Inc. and Southam Newspapers (Personal presentation)  
Canadian media industries, 12:43-50,53-5,58-65,67-8
- Starowicz, Mark**, Executive Producer, CBC Cine North (Personal presentation)  
Canadian media industries, 7:19-32
- Stratti, Alain**, Director, Regulatory Affairs, Roger Communications Inc.  
Canadian media industries, 14:25
- Switzer, Jay**, President, Chief Executive Officer, CHUM Ltd.  
Canadian media industries, 17:41-50,52-78
- Taylor, Carole**, Chair, Board of Directors, Canadian Broadcasting Corporation  
Canadian media industries, 15:31-4,38-42,44-5,47-9,51-3,58
- Travers, James**, Personal presentation  
Canadian media industries, 12:69-83
- Tremblay, Gaëtan**, Professor, Department of Communications, Co-Director of the Interdisciplinary Research Group on Communication, Information and Society, Université du Québec à Montréal (Personal presentation)  
Canadian media industries, 8:46-56
- Tremblay, Michel**, Vice-President, Strategy and Business Development, Canadian Broadcasting Association  
Bill S-8, 1:36-42; 4:29-38
- Trudel, Pierre**, Professor, L.R. Wilson Chair in Information Technology and Electronic Commerce Law, Public Law Research Centre, Université de Montréal (Personal presentation)  
Canadian media industries, 10:48-63
- Viner, Anthony P.**, President, Rogers Media Inc.  
Canadian media industries, 14:8-9,16-9,23-7
- Watson, Patrick**, former Chair, Canadian Broadcasting Corporation (Personal presentation)  
Canadian media industries, 7:33-43
- Wood, Gwen**, First Vice-President, National Anti-Poverty Organization  
Bill S-8, 4:11
- Wylie, Andrée P.**, Vice-Chairperson, Broadcasting, Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission  
Canadian media industries, 13:37,41
- radiodiffusion (présentation personnelle)  
Industries de médias canadiennes, 7:58-61,66-70
- Sébastien, Jean**, délégué, Union des consommateurs  
Projet de loi S-8, 2:53-7
- Seeman, Neil**, analyste principal de la politique, directeur, Canadian Statistical Assessment Service, Institut Fraser  
Industries de médias canadiennes, 10:23-33
- Segal, Brian**, président-directeur général, Rogers Publishing Limited  
Industries de médias canadiennes, 14:9-13,15-6,21,23,27-8
- Smith, Charly**, productrice indépendante (présentation personnelle)  
Industries de médias canadiennes, 9:26-31,33
- Southam, Hamilton**, ancien directeur de Southam Inc. (présentation personnelle)  
Industries de médias canadiennes, 12:41-3,64-5
- Southam, Wilson**, ancien directeur de Southam Inc. et Southam Newspapers (présentation personnelle)  
Industries de médias canadiennes, 12:43-50,53-5,58-65,67-8
- Starowicz, Mark**, chef de production, CBC Cine North (présentation personnelle)  
Industries de médias canadiennes, 7:19-32
- Stratti, Alain**, directeur, Affaires réglementaires, Rogers Communications Inc.  
Industries de médias canadiennes, 14:25-6
- Switzer, Jay**, président, chef de la direction, CHUM Ltd.  
Industries de médias canadiennes, 17:41-50,52-78
- Taylor, Carole**, présidente, Conseil d'administration, Société Radio-Canada  
Industries de médias canadiennes, 15:31-4,38-42,44-5,47-9,51-3,58
- Travers, James**, présentation personnelle  
Industries de médias canadiennes, 12:69-83
- Tremblay, Gaëtan**, professeur, Département des communications, codirecteur du Groupe de recherche interdisciplinaire sur la communication, l'information et la société, Université du Québec à Montréal (présentation personnelle)  
Industries de médias canadiennes, 8:46-56
- Tremblay, Michel**, vice-président, Stratégie et développement commercial, Société Radio-Canada  
Projet de loi S-8, 1:36-42; 4:29-38
- Trudel, Pierre**, professeur, chaire L.R. Wilson sur le droit des technologies de l'information et du commerce électronique, Centre de recherche en droit public, Université de Montréal (présentation personnelle)  
Industries de médias canadiennes, 10:48-63
- Viner, Anthony P.**, président, Rogers Media Inc.  
Industries de médias canadiennes, 14:8-9,16-9,23-7
- Watson, Patrick**, ancien président, Société Radio-Canada (présentation personnelle)  
Industries de médias canadiennes, 7:33-43
- Wood, Gwen**, première vice-présidente, Organisation nationale anti-pauvreté  
Projet de loi S-8, 4:11
- Wylie, Andrée P.**, vice-présidente, Radiodiffusion, Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes  
Industries de médias canadiennes, 13:37,41









*If undelivered, return COVER ONLY to:*  
Public Works and Government Services Canada –  
Publishing and Depository Services  
Ottawa, Ontario K1A 0S5

*En cas de non-livraison,*  
*retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:*  
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada –  
Les Éditions et Services de dépôt  
Ottawa (Ontario) K1A 0S5













